ESTIMATES

National Film Board

2005-2006
Estimates

Part III – Report on Plans and Priorities

Canada

The Estimates Documents

Each year, the government prepares Estimates in support of its request to Parliament for authority to spend public monies. This request is formalized through the tabling of appropriation bills in Parliament. The Estimates, which are tabled in the House of Commons by the President of the Treasury Board, consist of:

Part I – The Government Expense Plan provides an overview of federal spending and summarizes the key elements of the Main Estimates.

Part II – The Main Estimates directly support the *Appropriation Act*. The Main Estimates identify the spending authorities (votes) and amounts to be included in subsequent appropriation bills. Parliament will be asked to approve these votes to enable the government to proceed with its spending plans. Parts I and II of the Estimates are tabled concurrently on or before March 1.

Part III – Departmental Expenditure Plans, which is divided into two components:

1) **Reports on Plans and Priorities (RPPs)** are individual expenditure plans for each department and agency (excluding Crown corporations). These reports provide increased levels of detail over a three-year period on an organisation's main priorities by strategic outcome(s), program activity(s) and planned/expected results, including links to related resource requirements. The RPPs also provide details on human resource requirements, major capital projects, grants and contributions, and net program costs. They are tabled in Parliament by the President of the Treasury Board on behalf of the ministers who preside over the departments and agencies identified in Schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*. These documents are usually tabled on or before March 31 and referred to committees, which may then report to the House of Commons pursuant to Standing Order 81(4).

2) **Departmental Performance Reports (DPRs)** are individual department and agency accounts of results achieved against planned performance expectations as set out in respective RPPs. These Performance Reports, which cover the most recently completed fiscal year, are tabled in Parliament in the fall by the President of the Treasury Board on behalf of the ministers who preside over the departments and agencies identified in Schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*.

Supplementary Estimates directly support an *Appropriation Act*. The Supplementary Estimates identify the spending authorities (votes) and amounts to be included in the subsequent appropriation bill. Parliamentary approval is required to enable the government to proceed with its spending plans. Supplementary Estimates are normally tabled twice a year, the first document in early November and a final document in early March. Each Supplementary Estimates document is identified alphabetically A, B, C, etc. Under special circumstances, more than two Supplementary Estimates documents can be published in any given year.

The Estimates, along with the Minister of Finance's Budget, reflect the government's annual budget planning and resource priorities. In combination with the subsequent reporting of financial results in the Public Accounts and of accomplishments achieved in Departmental Performance Reports, this material helps Parliament hold the government to account for the allocation and management of public funds.

©Her Majesty the Queen in Right of Canada, represented
by the Minister of Public Works and Government Services Canada, 2005

This document is available in multiple formats upon request.

This document is available on the TBS Web site at the following address: www.tbs-sct.gc.ca

Available through your local bookseller or by mail from
Canadian Government Publishing
Public Works and Government Services Canada
Ottawa (Ontario)
KIA OS5

Telephone: (613) 941-5995
Fax: (613) 954-5779 or 1-800-565-7757 (Canada and U.S.A.)
Orders only: 1-800-635-7943 (Canada and U.S.A.)
Internet: http://publications.gc.ca

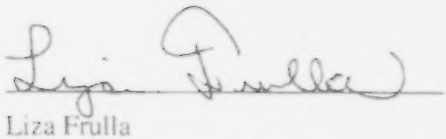
Catalogue No.: BT31-2/2006-III-5
ISBN 0-660-62734-5

105-04081/

National Film Board of Canada

2005-2006

Report on Plans and Priorities



Liza Frulla
Minister of Canadian Heritage

Table of Contents

SECTION I – OVERVIEW 1

1.1 Minister's Message 2

1.2 Commissioner's Message 3

1.3 Summary Information 5

1.4 Planning Overview and Priorities 7

SECTION II – ANALYSIS OF PROGRAM ACTIVITIES BY STRATEGIC OUTCOME 10

2.1 Operating Environment 11

2.2 Analysis by Program Activity: Production of Audiovisual Works 14

Outcomes 14

Financial Resources 14

Human Resources 14

Priorities 15

Plans 15

Expected Results 18

Performance Measurement Strategy and Indicators 18

2.3 Analysis by Program Activity: Distribution of Audiovisual Works 20

Outcomes 20

Financial Resources 20

Human Resources 20

Priorities 20

Plans 21

Expected Results 22

Performance Measurement Strategy and Indicators 22

2.4 Analysis by Program Activity: Accessibility and Outreach of Audiovisual Works 23

Outcomes 23

Financial Resources 23
Human Resources 24
Priorities 24
Plans 24
Expected Results 26
Performance Measurement Strategy and Indicators 26
2.5 Analysis by Program Activity: Research and Advisory Services 28
Outcomes 28
Financial Resources 28
Human Resources 28
Priorities 28
Plans 29
Expected Results 30
Performance Measurement Strategy and Indicators 30
2.6 Analysis by Program Activity: the Revolving Fund 31
Financial Resources 31
Human Resources 31
SECTION III – SUPPLEMENTARY INFORMATION 32
3.1 Management Representation Statement 33
3.2 Organizational Information 34
3.3 Tables 35
SECTION IV – OTHER ITEMS OF INTEREST 44
4.1 Corporate Services 45
Priorities 45
Plans 45
Performance Measurement Strategy and Indicators 46

SECTION I – OVERVIEW

1.1 Minister's Message

Minister of Canadian Heritage and
Minister responsible for Status of Women

Ministre du Patrimoine canadien et
ministre responsable de la Condition féminine

Ottawa, Canada K1A 0M5

As Minister of Canadian Heritage and Minister responsible for Status of Women, I am proud to present this *Report on Plans and Priorities (2005–2006)* for the National Film Board (NFB) to Parliament and to all Canadians. This report outlines the NFB's objectives for the coming year and indicates how it will contribute to our mission of "Creating Canada Together."

An essential part of the Canadian Heritage Portfolio, the NFB produces Canadian audiovisual works that are distinctive, challenging, relevant, and accessible. Its creativity is enhanced by its spirit of innovation and the key role that it allows emerging filmmakers to play.

I am pleased to be able to count on the support and commitment of Crown Corporations and organizations like the NFB to help carry out the many responsibilities of this Portfolio, which include increasing the cultural vitality of our communities, preserving our multicultural heritage, promoting our official languages, ensuring equal opportunity, and making Canada's voice heard on our large broadcasting networks.

Together, we will make sure that citizens of all ages can make the most of their creativity, talent and skills, so that our entire society can benefit. Together, we will work to make Canada a prosperous country, distinguished by its diversity, openness, cultural vitality, and spirit of innovation.

Liza Frulla

1.2 Commissioner's Message

The National Film Board of Canada (NFB) plays a unique and essential role. As a public institution, the NFB is committed to building social capital by creating socially and culturally relevant films that are as distinctive and diverse as the publics served. In fulfilling this mandate, the NFB continues to produce striking works and confirms its place in the social and cultural life of the country.

As Government Film Commissioner and NFB Chairperson, I am extremely proud of the results we have achieved in implementing the NFB's 2002-2006 Strategic Plan. We are producing tangible results, putting the NFB where it belongs in the film industry and in the lives of Canadians.

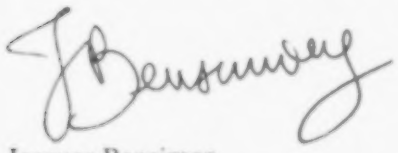
Key priorities for the year ahead include: 1) the programming of strong, distinctive and innovative productions that tackle social issues important to Canadians, 2) breaking new ground in creative and technical excellence in animation, 3) expanding our reach into communities, 4) leveraging partnership opportunities and 5) nurturing new talent that expresses diverse Canadian voices and conveys Canadian values at home and abroad.

The cultural diversity of Canada's audiovisual creators is a major strength for our nation and helps to shape our identity. The NFB will work to enhance its already strong commitment to culturally diverse talent. While the NFB reaches Canadians via television, the Internet, schools and universities, libraries, community screenings, workshops, master classes, special events and storefront mediatheques, we plan to develop an even stronger connection with Canadians. To this end we will redouble our efforts to make the NFB's films available to Canadians.

In 2005-06, we will continue to work towards the development of e-cinema, a project that applies the promise of digital technology to the service of Canadians by creating a new network with diversified content, at a lower cost and distributed to even the remotest regions of Canada. The NFB's collection of films, its strong digital assets management approach, its knowledge of the Canadian market and high-tech expertise will be a major asset as we, in partnership with the private sector, explore new ways to reach audiences across the country.

Due to the Government expenditure review process, the NFB may have a reduced parliamentary appropriation in this planning period. The NFB remains committed to the priorities set out in this plan. Growth in revenues and leveraging partnerships will be essential.

The NFB looks forward to continuing to build social capital in this country through the implementation of its vision to create and disseminate films made in the national interest. This ambitious course will continue to benefit Canadians by bringing about a greater understanding and awareness of diverse issues, by encouraging public dialogue and engagement, by nurturing a new generation of diverse creative talent, by contributing to the sustainability and stability of the Canadian film and television industry and by increasing Canada's international cultural profile.



Jacques Bensimon
Government Film Commissioner
and Chairperson of the National Film Board of Canada

1.3 Summary Information

Mandate – The National Film Board of Canada *"is established to initiate and promote the production and distribution of films in the national interest and, in particular,*

- *to produce and distribute and to promote the production and distribution of films designed to interpret Canada to Canadians and to other nations;*
- *to engage in research in film activity and to make available the results thereof to persons engaged in the production of films;*
- *to advise the Governor in Council in connection with film activities; and*
- *to discharge such other duties relating to film activity as the Governor in Council may direct the Board to undertake."*

Mission – the NFB's mission as per its 2002-2006 Strategic Plan is *to produce and distribute distinctive, culturally diverse, challenging and relevant audiovisual works that provide Canada and the world a unique Canadian perspective.*

Benefits to Canadians and to the World

The role of the NFB is as necessary today as it was in 1939, when it was created. Today, the NFB helps shape and influence the views of Canadians; it is an instrument of social innovation and citizen connection in a global context. The NFB, by undertaking an integrated program of production and distribution of films in the national interest, acts as a catalyst for citizen engagement; supports life-long learning; conveys Canadian values in Canada and abroad; innovates in content, form and technology; incubates new diverse talent; provides a Canadian public voice; and is a unique complementary partner in the film and TV industry in Canada.

RPP - Summary Information:

($ thousands)

Financial Resources

2005-2006	2006-2007	2007-2008
62,948	62,748	62,748

Human Resources

2005-2006	2006-2007	2007-2008
500	500	500

Priorities – These reflect both program and management priorities that are critical in the planning period to the realization of the NFB's strategic outcomes. They will be addressed in greater detail in the Plans and Priorities section (Section II). Furthermore, performance regarding these priorities will be reported on in the NFB's 2005-2006 performance report (DPR).

Activities	Priorities	Type	Planned Spending		
			2005-2006	2006-2007	2007-2008
Production of audiovisual works	Maintain overall programming slate of distinctive, challenging and relevant audiovisual works Strengthen the NFB's ability to identify and to work with leading talent – championing emerging, culturally diverse and Aboriginal talent Encourage partnerships through co-productions Strengthen innovation in content, form and technology Maintain the development of international co-productions	Ongoing	48,707	48,507	48,507
Distribution of audiovisual works	Increase revenues from the NFB's collection and optimize pre-sales and sales Offer of expert knowledge and NFB distribution networks to private and public sectors	Ongoing	440	440	440
Accessibility and Outreach	Enhance and increase equitable access to the NFB collection – screenings, retrospectives, etc. Achieve greater reach across Canada and into communities Further enhance collections management in a digital universe (conservation, digital evolution, rights) Increase NFB visibility in communities, on television and in learning channels Increase branding opportunities in Canada and abroad	Ongoing	11,172	11,172	11,172
Research and Advisory Services	Conduct and participate in research projects Collaborate further with the government and other organizations	Ongoing	2,629	2,629	2,629
	TOTAL		62,948	62,748	62,748

1.4 Planning Overview and Priorities

Purpose of Overview

The purpose of this overview is to provide a context for the plans and priorities that the NFB will adopt in 2005-06 and over a three-year planning period to 2007-08. These plans and priorities are guided by the NFB's Strategic Plan for 2002-2006. In the last three years, the NFB has laid the foundation to modernize the Board by reorganizing programs, improving procedures and introducing new policies for responsible management of public resources. The Strategic Plan was reviewed in 2004. To ensure that the NFB is on track, adjustments were made to keep in line with the evolution of technology, priorities, and the industry.

The NFB reports to the Minister of Canadian Heritage, who is responsible for administering the *National Film Act* governing this public production and distribution agency. It is funded primarily through parliamentary appropriation and some revenues from the sales of its products and royalties.

A Changing Environment for Documentaries

Around the globe, documentary production is undergoing historic pressures, while at the same time enjoying unprecedented popular acclaim. A key concern among documentary filmmakers is the commercialization of production. At risk are quality and diversity, especially of point-of-view (POV) documentaries.[1] These types of films address important social issues; however, fewer Canadian production companies are active in POV documentaries. With this gap in the market, broadcasters and independent filmmakers have expressed their support for the NFB's POV films in which "creativity, diversity and social conscience are not sacrificed to economics."[2] In a volatile environment, the NFB plays a stabilizing role for the industry.

The NFB has made point-of-view documentaries a priority because Canadians want to see films that contribute to a greater understanding of issues and varied perspectives.[3] To help meet this goal, the NFB will organize in 2005-06 a summit to examine the state of Canadian documentary financing, support programs and policies, audiences, economic and socio-cultural impacts. The NFB spearheaded the first annual Doc Policy Summit in 2004-05 to get the discussion started.

Programming at Festivals

The growing audience demand for feature and POV documentaries is evident on television and in movie theatres. A recent study on the popularity of Canadian programming shows that Canadian-made documentaries have a strong brand and drawing power with Canadians of all ages.

---

[1] Kirwan Cox, Documentary Research Network, *The Filmmakers' Point of View on Documentary*, November 2002.
[2] Kirwan Cox, *The Filmmmakers' POV on Documentary*, November 2002, page 43.
[3] Canadian Media Research Inc., *TV Audiences and the NFB*.

This trend is also evident in larger audiences at events such as the Toronto Hot Docs Festival, where attendance increased by 30% over the previous year. Similarly, in Montreal, the Rencontre internationale du documentaire de Montréal saw its audience increase by 50%. At the Vancouver International Film Festival, an unprecedented 108 documentaries were programmed.

A recent NFB survey showed that more than 80% of Canadians expressed strong support for the continued commitment of public funds for the Board, to create Canadian documentaries that present Canada's history, cultural and physical heritage.[4]

The Challenge of Reaching Audiences

Increased choices for consumers have led to fragmentation of TV audiences and a crowded marketplace. Despite audience fragmentation, documentaries continue to attract TV audiences, with exceptional documentaries garnering over one million viewers.[5] These figures clearly show that the NFB should continue to produce documentaries that resonate with Canadians. The number of unduplicated viewers to NFB productions broadcast on Canadian channels in 2004-05 was over 9 million, a 20% increase over the previous year.

The Impact of the Conversion to Digital Technologies on Production and Distribution

The conversion of the Canadian broadcasting system to digital technologies remains a challenge. The Board works to incorporate and innovate with technological developments, in particular digital production, high-definition TV and interactive media.

In this context, the NFB takes note of the Government of Canada's mention that the Department of Canadian Heritage will undertake work in collaboration with other federal departments, agencies and stakeholders to clarify policy and objectives, identify gaps and help develop a plan for the digital transition.[6] Over the planning period, the NFB looks forward to working with the government to examine these matters.

There is an ongoing concern for conservation issues related to our considerable holdings that are in video. The life span of digital or analogue tape is relatively short as compared to film. Since 1996 the NFB has been a leader in digital production. This means that this growing part of the NFB collection that is not on film support may require specific conservation attention shortly.

Partnerships on all Levels -- Leveraging, Enriching Creativity and Optimizing Resources

We will continue to form strategic partnerships with Canadian private-sector production and distribution companies and public broadcasters to co-produce, broadcast and

---

[4] Pollara, *A survey on behalf of the National Film Board*, March-April 2004 (Omnibus Survey)

[5] Nordicity Group, *Economic Profile of the Canadian Documentary Production Industry*, March 2003, page 1.

[6] This reference is alluded to in the recent Government Response to the Standing Committee on Canadian Heritage's Report on Broadcasting *Our Cultural Sovereignty 2nd Century of Canadian Broadcasting*.

distribute films: On the international level, the NFB will continue to form alliances to maximize potential synergies and increase revenues.

The NFB will continue to work on initiatives with government departments such as the Department of Canadian Heritage and other organizations (Canada Council for the Arts, the CBC/Radio Canada and Telefilm Canada) to better meet public-policy objectives.

SECTION II – ANALYSIS OF PROGRAM ACTIVITIES BY STRATEGIC OUTCOME

2.1 Operating Environment

Internal and external factors

As the NFB moves into the last phase of its 2002-2006 Strategic Plan, it will continue to consolidate the many changes brought about in the past three years. The NFB's objectives for 2005-06 and the planning period remain as follows:

- define and position the NFB in its essential role in the Canadian audiovisual landscape in the context of a new global reality;
- connect Canadians with the NFB of today and their audiovisual legacy;
- make the NFB a better and more relevant reflection of Canadian society;
- confirm the NFB's role as an incubator of creative excellence and innovation;
- maintain and nurture the NFB's human capital;
- demonstrably increase the NFB's return on investment.

The risks, challenges and opportunities associated with these factors and how they impact the NFB

Financial risks
In this planning period and in the years ahead, one of the key challenges facing the NFB continues to be a decline in financial resources. The NFB eagerly awaits the reversal of this trend. Maximizing revenues and forging partnerships should help the NFB stretch its financial resources.

External risks also include insufficient access to distribution, broadcast channels, and promotion for NFB productions. With limited access, unsatisfactory time slots in programming schedules and lack of on-screen identification, Canadians cannot view or have limited viewing or knowledge of viewing opportunities for NFB films. In this scenario, the NFB has great difficulty engaging Canadians in a dialogue on issues that matter to them, and being recognized for doing so.

We should add that scheduling and promoting Canadian television programs are not a problem unique to the NFB. Canadian private broadcasters typically prefer American programming because of the lower cost, and the greater advertising revenues generated. The NFB does not control the scheduling of its programs; the control rests with broadcasters. However, the Board always seeks creative solutions to promote its programming.

A volatile environment for maximizing revenues
The NFB has one of the world's largest audiovisual catalogues and a stock shot library. Broadcasting licences, repackaging for specific markets and improved alliances with schools can help increase revenues. However, we work in a volatile environment that makes it difficult to forecast exact revenues. It must be repeated that core values of the

NFB cannot be compromised and that the goal of maximizing revenues must be balanced with cultural and outreach goals, which are not primarily commercial in nature.

Issue of rights
The rising cost of buying rights increases the cost of productions. In addition, the NFB cannot buy short-term rights for a single use such as a television licence. It must also buy back rights to historically significant films so that they can continue to be accessible to Canadians. This is an NFB responsibility as a public producer.

Distribution of documentaries
A few private-sector companies remain key distributors of documentaries, but most often these players concentrate on series or documentaries that primarily entertain. Given this context, the NFB plays a unique and essential role in the distribution of point-of-view documentaries.

New distribution technologies
The pace of technological change and Canadians' demand for a greater diversity of films provide challenges not only for the NFB but for Canadian films in general. E-cinema has been examined as an alternative viable exhibition network. The NFB and Telefilm Canada commissioned a study in 2004-05 to examine an e-cinema network. The study demonstrated that even in a conventional approach modelled on the existing exhibition system, there are strong public policy imperatives to join the ranks of other countries that are encouraging private industry to roll out, or adapt existing exhibition infrastructures to accommodate digital projection. The advantages for Canada in supporting an e-cinema exhibition network are immense: 1) increases the range and diversity of films offered to the country's viewers, including Canadian films, feature docs and first features, 2) allows smaller, more remote communities to have access to first-run features, 3) permits interactivity and 4) is a lower cost distribution and exhibition system, after the initial installation.

Planned Spending of Program Activities by Strategic Outcome

($ thousands)	Forecast Spending 2004-2005	Planned Spending 2005-2006	Planned Spending 2006-2007	Planned Spending 2007-2008
Production of Audiovisual Work	50,394	48,707	48,507	48,507
Distribution of Audiovisual Work	491	440	440	440
Accessibility and Outreach	12,351	11,172	11,172	11,172
Research and Advisory Services	3,550	2,629	2,629	2,629
Total Main Estimates	66,786	62,948	62,748	62,748

The variance between the 2004-05 forecast spending and the 2005-06 planned spending is due to the net increase in the 2004-05 Parliamentary appropriation for projects related to the Canadian Memory Fund and the IPOLC and to a carry-forward from 2003-04 after deduction of the NFB's contribution to the spending reallocation.

Also, implementation of the Program Activity Architecture resulted in a redistribution of funds from other activities to "Production of Audiovisual Works."

Furthermore, the 2005-06 reference level has been lowered because of a reduction in the employee benefits rate.

2.2 Analysis by Program Activity: Production of Audiovisual Works

Outcomes

In the production of its audiovisual works, the NFB seeks the following outcomes, which can be defined as *direct* and *indirect* enduring benefits to Canadians derived from the NFB's activities.

The direct outcomes are:

- understanding and awareness by Canadians of diverse issues that are relevant to them;
- stable industry employment levels;
- a new generation of documentary and animation filmmakers;
- the NFB as an international reference for documentary filmmaking.

The indirect outcomes are:

- contribution to Canadian identity and social cohesion;
- an informed and engaged Canadian public;
- a strong, culturally diverse Canadian film and television industry recognized for the quality of its productions.

Financial Resources ($ thousands)

2004-2005	2005-2006	2006-2007
50,394	48,707	48,507

Human Resources

2004-2005	2005-2006	2006-2007
345	345	345

Priorities

In order for the NFB to achieve these outcomes it has set out the following priorities to be carried out over the three-year planning period.

a) **Maintain overall programming slate of distinctive, challenging and relevant audiovisual productions.**
b) **Strengthen the NFB's ability to identify and to work with leading talent – championing emerging, culturally diverse and Aboriginal talent.**
c) **Encourage partnerships through co-productions.**
d) **Strengthen innovation in content, form and technology.**
e) **Maintain the development of international co-productions.**

Plans

a) **Maintain overall programming slate of distinctive, challenging and relevant audiovisual productions** (priority to be applied against the sub-activities: production, marketing, and technical services of the NFB's PAA)

Rich in its audiovisual heritage and its recent slate of productions, the NFB contributes to Canada's social capital by producing innovative, socially relevant films and new media. The NFB will continue to focus its production on social issues that matter to Canadians -- through documentary, alternative fiction, animation and new media. Approximately 85% of the NFB's programming slate will focus on social issues. In 2005-06, the NFB will continue to ask hard-edge questions and make Canadians sit up and take notice. NFB films will explore relationships between people and the democratic system, prodding our collective conscience and encouraging the public to get involved -- to inform them about what is happening in Canada and elsewhere, to increase their understanding of major social issues and Canadian values.

Key initiatives such as **CitizenShift** (http://citizen.nfb.ca) and **Parole Citoyenne** (http://citoyen.onf.ca) will continue to be developed and dedicated to creating an aware citizenry and dialogue among Canada's citizens and disparate communities. These are public, electronic spaces that tackle social issues such as citizenship, poverty, health and democracy. They invite real participation and partnerships using the Internet as a medium of expression.

To ensure that its programming meets its objectives, reflects its mandate, and remains relevant to Canadians, the NFB continues to require compliance with programming priorities. These guide the programming process through its choices and decisions. Evaluation mechanisms, both quantitative and qualitative will be further refined to better gauge the performance results and impact of its films.

NFB films and programs are inspired by what is going on in communities across the country. And in packaging, launching and promoting our work, we aim to extend our

reach into communities, and to create partnerships with community groups and other partners. It is important to note that in its programming the NFB looks in part to reach deeper into communities by encouraging community members as creators and in assisting them in creating film projects that can bring about change and spark discussion and debate.

Our marketing plans and strategies will focus on individual NFB films, as well as packaging of NFB films in thematic strands and special initiatives to build social capital.

b) **Strengthen the NFB's ability to identify and to work with leading talent – championing emerging, culturally diverse and Aboriginal talent** (priority to be applied against the sub-activities: production, marketing and filmmakers' support of the NFB's PAA)

The NFB plays a critical role in finding and nurturing Canadian talent, through many programs and initiatives, as well as its mentorship efforts that strengthen filmmaking in Canada and enables experimentation and innovation.

In 2005-06 the NFB will continue to foster diverse voices and content by working in both official languages, and encouraging culturally diverse and Aboriginal talent. The NFB seeks to better reflect Canadian society, and that means giving more opportunities to artists and artisans from Aboriginal and minority communities, many of whom live in remote locations. The NFB intends to further its efforts in developing a talent database, that is national in scope, to identify diverse and Aboriginal talent. The NFB made this a fundamental objective in creating the Cultural Diversity Alliance, which includes most agencies that make up the Canadian Heritage Portfolio.

To foster diverse Canadian content in both official languages, the NFB will encourage filmmaking across Canada and place greater emphasis on nurturing filmmaking talent in minority-language regions. It will work to create a new Interdepartmental Partnership with the Official-Language Communities (IPOLC) agreement with the Department of Canadian Heritage. The support to Canadian talent covers a wide range of activities: from the filmmaker support programs described below, to the **Aboriginal Filmmaking Program** (AFP), to the mentorship, training and creative assistance of emerging talent, to the nurturing and development of talent and stories emanating from specific culturally diverse and aboriginal groups.

The NFB has benefited from the Spark initiative, a partnership with the Department of Canadian Heritage to increase the number of culturally diverse projects put into development as well as the number of people who receive on the job training. A small proportion of Spark initiative funding has also gone towards building audiences in festivals.

The NFB has a history of helping Canadian independent filmmakers. It plays an invaluable role in the creative renewal of established talent as well as the development of the next generation of filmmakers. The NFB is one of the few places that provides the bridge between student filmmaking and craft apprenticeship into professional

filmmaking. The **Filmmakers Assistance Program** (FAP) and the **Aide au cinéma indépendant canadien** (ACIC) are the mainstays of this tradition. Both programs are talent incubators in that they provide financial assistance for technical services to documentary, animation and short drama filmmakers.

Similar programs, such as **Hothouse** and **Momentum**, will continue to assist emerging filmmakers produce high-quality, low-budget short documentaries (in the case of **Momentum**) and to offer young animation filmmakers (in the case of **Hothouse**) an intensive program to learn the ins and outs of directing an animated film from concept to final sound-mix and video mastering.

c) Encourage partnerships through co-productions (priority to be applied against the sub-activity: production of the NFB's PAA)

The NFB will continue to secure its place as a partner in Canada's independent television and film industry by initiating co-productions. The NFB is editorially involved in co-production with the film industry and welcomes co-production proposals from Canadian creators and producers. In turn, these co-productions are managed by an NFB producer.

d) Strengthen innovation in content, form and technology (priority to be applied against the sub-activities: production, marketing, and technical services of the NFB's PAA)

The NFB actively seeks to foster creativity, innovation and experimentation in both content and form. Consequently, research and development remains a priority. We anticipate that the NFB, through its Innovation and Technical Resources, will be on the leading edge of new technologies. For example, the NFB will examine investments in HD and digital intermediate media. Also, as a recognized leader in digital imagery and Oscar technical certificate winner in film, the NFB's Technical Resources will continue to develop, initiate and test new technologies. As a result, the NFB is sought out by important players in the private sector and research institutions such as universities and research centres.

Furthermore, the NFB's Innovation and Technical Resources will continue its partnerships with post-production houses for the supply of services.

The NFB will maintain its commitment to provide mentorship and master classes which help to promote filmmaking and ensure the transfer of skills and knowledge. While this can be applied to strengthening innovation, it can also be applied to achieving the goals of support to Canadian filmmakers and making the NFB the reference in documentary and animation filmmaking.

e) **Maintain the development of international co-productions** (priority to be applied against the sub-activities: production and international mandate of the NFB's PAA)

Through its co-productions and international agreements, the NFB aims to put together financial partnerships for major documentaries that foster creative renewal and broaden its audience. The type of international co-productions that the NFB champions address important global issues of concern to Canadians as well as issues that touch global audiences (most often from a Canadian perspective), and export Canadian values.

For the planning period, international co-productions will continue to be an important source of creative and financial leveraging for the NFB, allowing us to maintain a strong international presence and to broaden the NFB's audience base.

The NFB will continue to serve, when appropriate, as a broker between international entities and Canadian producers on films that convey Canadian values. Joining with likeminded international organizations and broadcasters is key at the NFB.

Expected Results

The expected results can be summarized as follows:

- at least 85% of programming treats social issues;
- programming focuses on point-of-view documentaries, animation, alternative fiction and new media;
- innovative and experimental projects;
- a significant number of co-productions;
- development of new talent.

Performance Measurement Strategy and Indicators

The performance of the NFB will be measured using these indicators:

- Diversity of genres and subject matter in NFB productions;
- Level of audience reach and interest in films (television, non-television audience and Web site traffic);
- Recognition in the form of awards won at home and at foreign festivals;
- Number of innovative applications;
- Engagement of Canadians;
- Diversity on screen and behind the screen;
- Evolution of co-productions.

Diversity of genres and subject matter in NFB productions
The NFB's slate of production varies greatly in genre (animation, POV, interactive media), content, treatment and target audiences. This can be seen from a profile of the works made by the Board.

Level of audience reach and interest in films
Television remains the NFB's primary medium to reach Canadians. We have monthly data allowing us to compare the Board's reach on various television networks. Information is also available about the NFB audiences regionally, linguistically and demographically. In 2003-04 the NFB increased its reach by 20%.

The NFB measures its web site traffic in detail, including the children's section, the film collection and new releases page and online stores.

The NFB will develop tools to assess the level of audience interest in its films.

Recognition at film festivals
Recognition by film industry peers in Canada and abroad is another measure of the competitiveness, quality and relevance of our films. The NFB continues to monitor this performance indicator.

Engagement of Canadians
The NFB connects with Canadians across the country in many ways: in schools, through the NFB's membership program, by interactive Web sites, at community screenings, storefronts, workshops, at film festivals and so on. Evaluating the socio-cultural impact of NFB audiovisual productions remains a challenge. In 2005-06, the NFB will receive the results of a study (commissioned with industry partners) on the social impact of Canadian documentaries. The study will propose an evaluation methodology for the future tracking, monitoring, assessment and reporting of socio-cultural impact of Canadian documentaries. The NFB wants to occupy a leadership position in this field. The NFB will seek to implement such a methodology over the planning period.

Furthermore, a 2004 survey conducted for the NFB revealed that while Canadians recognize and support NFB films, they feel that our works should be more frequently available on television and better promoted. In 2005-06, the NFB will further refine its measurement tools and use a case study approach to track marketing strategies and distribution networks.

Diversity on screen and behind the screen
The NFB has been meeting equity targets and has a solid record in developing talent and skills in under-represented communities. Furthermore, the NFB has an excellent track record in culturally diverse programming. NFB films do mirror Canadian society and in doing so, encourage inclusiveness and a stronger social foundation of what it means to be part of Canada. The NFB will track and report on diversity on and behind the screen through evaluation and case studies.

Evolution of co-productions
The NFB proposes to track its co-production activity and report on the benefits and returns of such investments to Canadians, the NFB and to its co-producers.

2.3 Analysis by Program Activity: Distribution of Audiovisual Works

Outcomes

In the distribution of its audiovisual works, the NFB seeks the following outcomes:

The direct outcomes are:

- international reputation as a recognized and valued producer and distributor of quality animation and documentary programming – a reference point;
- increased revenues.

The indirect outcomes are:

- Canadian cultural profile increased at home and abroad;
- economic growth;
- market diversification.

Financial Resources ($ thousands)

2004-2005	2005-2006	2006-2007
491	440	440

Human Resources

2004-2005	2005-2006	2006-2007
55	55	55

Priorities

The NFB's mandate includes distributing (selling) its products as widely as possible to Canadian and foreign audiences. Using the means of the marketplace to reach its audiences the NFB maximizes its revenues. This activity regroups the NFB's commercial distribution skills and capacity. Distribution activities include: commercializing the NFB audiovisual catalogues and well-established stock shot library; developing and diversifying markets for NFB products in Canada and abroad; repackaging for specific markets; offering quality customer service and delivery; expanding its holdings through acquisitions or partnership agreements; and undertaking market research. Through its distribution activities the NFB develops strategic alliances with public and private sectors in Canada and abroad.

In order for the NFB to achieve these outcomes, it has set out the following priorities for the three-year planning period:

a) **Increase revenues from the NFB's collection and optimize pre-sales and sales.**
b) **Offer of expert knowledge and NFB distribution networks to private and public sectors.**

Plans

a) **Increase revenues from the NFB's collection and optimize pre-sales and sales**
(priority to be applied against the three sub-activities of the Distribution Activity: sales and business development, technical services and international mandate of the NFB's PAA)

Our Canadian sales activities will target these key markets: theatrical, television, consumer and institutional.

International distribution will concentrate on sales in Europe, in the U.S., Latin America and Asia. The markets targeted are:

- international television markets;
- theatrical market abroad;
- institutional markets abroad;
- international archival holdings;
- international consumer market.

In developing the institutional market, the NFB is committed to co-operating with the educational sector in its planning and delivery of products and services. The NFB will also focus on increasing sales in the institutional market, which represents a significant source of revenue. In 2005-06, the NFB will pursue its strategy of acquiring Canadian and foreign documentaries and animated films. The NFB will evaluate these works in terms of pertinence to its collection and its mandate.

The NFB optimizes revenues through online stores, or "i-stores," where home consumers and educational customers (in Canada and the U.S.) can browse and shop online for NFB videos and DVDs; these online stores also allow the NFB to sell stock shot holdings from the NFB and such partners as National Geographic Society.

Another area for expansion is the educational sector, where we will continue to develop materials *not* being created by the private sector. Development and distribution of such work is done in partnerships with provincial and territorial agencies and the private sector.

b) Offer of expert knowledge and NFB distribution networks to private and public sectors (priority to be applied against the sub-activity: sales and business development of the NFB's PAA)

The NFB will continue to respond to the private sectors growing demand for the NFB's expert knowledge of distribution and its networks in Canada and abroad.

Expected Results

The expected results can be summarized as follows:

- diversified markets with important revenues;
- e-commerce offered through the i-stores;
- numerous and valuable sales to broadcasters;
- strong presence of NFB productions in the various distribution networks.

Performance Measurement Strategy and Indicators

The NFB will assess the progress by tracking the following:

- Market development and diversification (Canadian and foreign markets);
- Revenues.

Market development and diversification
Indicators are useful in assessing the degree to which NFB productions are used in different markets, by Canadian and foreign audiences. The challenge in the long term is to find the tools to measure the extent to which the NFB brand continues to communicate the Canadian experience to Canadian and foreign audiences.

Revenues
The revenue generated and the numbers of transactions processed are indicators of the effectiveness of the NFB's brand and distribution strategies.

2.4 Analysis by Program Activity: Accessibility and Outreach of Audiovisual Works

Outcomes

To forge lasting and more valuable ties with Canadians, and to foster lifelong learning, the NFB set out as a result of its 2002-2006 Strategic Plan a number of goals:

- rekindling links with Canadians;
- commitment to a collection which is conserved, accessible and valued;
- repositioning the NFB;
- effective and efficient brand management.

By the end of 2004-05 much has been accomplished, such as a screening program that reached 75,000 people, a committed and active membership of more than 20,000 Canadians in the NFB Film Club, master classes and workshops; new resources for teachers; a refreshed logo; a more accessible Internet site; a new successful storefront in Toronto; strong presence in festivals; positive news coverage and more consistent visibility of the NFB in the media, and much more.

For this planning period, the NFB seeks the following outcomes:

The direct outcomes are:
- a brand that is recognized and prized;
- international reputation as a recognized and valued producer and distributor of quality animation and documentary programming – a reference point.

The indirect outcomes are:
- Canadians value their investment in Canadian culture;
- Canadians value their audiovisual heritage;
- Canadian cultural profile is increased at home and abroad;
- public dialogue and debate potentially leading to change (social, environmental, cultural, etc.) – social engagement and participation;
- a growing knowledge-based Canadian society.

Financial Resources ($ thousands)

2004-2005	2005-2006	2006-2007
12,351	11,172	11,172

Human Resources

2004-2005	2005-2006	2006-2007
80	80	80

Priorities

In order for the NFB to achieve these outcomes, it has set out the following priorities for the three-year planning period.

a) **Enhance and increase equitable access to the NFB collection – screenings, retrospectives, etc.**
b) **Achieve greater reach across Canada and into communities.**
c) **Further enhance collections management in a digital universe (conservation, digital evolution, rights).**
d) **Increase branding opportunities in Canada and abroad.**
e) **Increase NFB visibility in communities, on television and in learning channels.**

Plans

a) **Enhance and increase equitable access to the NFB collection – screenings, retrospectives, etc.** (priority to be applied against the sub-activities: learning channels, collections management, community engagement and international mandate of the NFB's PAA)

This priority centres on making the collection more accessible to Canadians and future generations through innovative use of new technologies and partnerships, such as online film libraries, online learning centres for schools, and digital consultation centres.

b) **Achieve greater reach across Canada and into communities** (priority to be applied against the sub-activities: learning channels and community engagement of the NFB's PAA)

The NFB will undertake outreach activities in a number of communities across Canada (as it has done in 2004-05 in the Yukon and Nunavut). Outreach activities include consultation centres and cinemas in Montreal and in Toronto, collections in partner libraries in all regions of Canada, regular public screenings from coast to coast, a membership program, an online film library, workshops and other opportunities for dialogue and knowledge-sharing about the films and about the issues raised by the film.

c) **Further enhance collections management in a digital universe (conservation, digital evolution, rights, etc.)** (priority to be applied against the sub-activity: collections management of the NFB's PAA)

This priority centres on enhancing the management of the collection – conservation, indexing, cataloguing and restoration. The NFB's on-going objective is to create an electronic vault (e-vault) for its 11,000-strong collection in order to increase accessibility to our films. The NFB is fortunate as it owns the rights to most of its collection, and, since 1978, its holdings have been fully catalogued and indexed. Funding through the Memory Fund, an initiative of the Department of Canadian Heritage's Canadian Cultures On-line Program, has helped the NFB pursue the goal of creating an e-vault. Renewed funding under this program in 2005-06 will help us digitize more of our collection. It is important to note that the NFB is a world leader in the meta-tagging, treatment and enhancement of films in the digital transfer and encoding process.

d) **Increase branding opportunities in Canada and abroad** (priority to be applied against the sub-activities: learning channels, collections management, community engagement and international mandate of the NFB's PAA)

The NFB will continue to strengthen the NFB brand by ensuring that contracts include clauses to support NFB branding, that co-productions are better branded, that the branded slots are licensed to television, and that there are trailers of upcoming productions and more information available about new films. The NFB's strategy is to brand the organization because of its strong recognition factor with Canadians, rather than film by film. The overall goal of a strong brand is to increase the use of NFB productions by broadcasters, educators, institutions, libraries, other markets and the general public, and to ensure that the public is aware of the NFB's presence.

The NFB will seek partnerships with international festivals to reinforce the NFB brand and role in the audiovisual landscape. For example, in 2005-06, the Cannes Film Festival will be creating with the NFB a new prize, the Prix Norman McLaren (named in honour of one of the great NFB animators), for best short film. In the same vein, the NFB is planning a series of panel discussions for the 2005 edition of MIPDOC.

e) **Increase NFB visibility in communities, on television and in learning channels** (priority to be applied against the sub-activities: learning channels and community engagement of the NFB's PAA)

New alliances for branded television slots for the NFB will be sought out to reach more audiences. The NFB will continue its partnership with the Documentary Channel, which broadcasts approximately fifty hours of NFB films a year, including two NFB branded slots.

The NFB will work to increase access and dialogue on NFB productions so as to enable Canadians to re-establish a lasting connection with their National Film Board of Canada. While the NFB continues to expand its presence on television with NFB films being broadcast nearly every day, it continues to be limited in its access to programming and

scheduling on public television. The NFB continues to consider the need to have its own television network which would connect NFB productions directly to Canadians.

We will strengthen relationships with learning channels, such as educational broadcasters, teachers, learning and research institutions, libraries, etc. A particular emphasis will be networking in schools, increasing our sales of learning materials, and organizing workshops at regional and provincial teaching conferences to foster the use of Canadian audiovisual materials.

Expected Results

The expected results can be summarized as follows:

- growth in access to the collection resulting in increased ownership by Canadians of the NFB, its collection, the Mediatheque, CineRobotheque and other offerings;
- a solid program of citizen participation through public screenings, workshops, master classes, etc.;
- quality visibility for the NFB and its productions on television, in festivals, schools, industry events and with the federal government;
- better branding on television broadcasts and recognition by co-producers of the NFB's role;
- a valued and highly recognized brand;
- a further digitization of the NFB collection;
- strong presence of NFB productions in the various distribution networks;
- positive and increased media coverage.

Performance Measurement Strategy and Indicators

The NFB will assess progress by tracking the following:

- Access to the NFB's audiovisual holdings (film loans by partner libraries, utilization of the collection);
- Social impact;
- Membership;
- Attendance at screenings of the NFB's collection holdings and retrospectives.

Access to the NFB's Audiovisual Holdings and attendance at screenings of the NFB's collection holdings and retrospectives
The NFB will track the accessibility of our collection and customer satisfaction through the NFB collection through surveys and special studies. It will also track and report on the use of the collection in schools, screenings, libraries, community events, etc.

The NFB, usually biannually, monitors Canadians' attitudes regarding the NFB, their use of documentary film and their recognition and support of the NFB.

Social impact
Public dialogue and debate regarding NFB programming will be examined to help measure the social impact of our films.

Membership
The NFB tracks membership numbers in NFB Film Club/CinéClub ONF, an important initiative for outreach and valued by some 22,000 members. It seeks feedback on a regular basis. Many members participate actively.

2.5 Analysis by Program Activity: Research and Advisory Services

Outcomes

In its research and advisory capacity the NFB seeks the following outcomes:

The direct outcomes are:

- the NFB as the Canadian and international reference for documentary and related activities;
- the NFB as the Canadian reference for innovative animation films and technology;
- the NFB as the reference for the promotion of and accessibility to Canadian programming;
- better understanding and awareness by Canadians of issues that are relevant to them.

The indirect outcomes for the NFB are:

- a growing knowledge-based Canadian society;
- a public that values their investment in Canadian culture;
- policy change.

Financial Resources ($ thousands)

2004-2005	2005-2006	2006-2007
3,550	2,629	2,629

Human Resources

2004-2005	2005-2006	2006-2007
20	20	20

Priorities

The NFB is mandated to "engage in research in film activity and to make the results available" and "to advise (...) in connection with film activities." The NFB conducts research connected to filmmaking and the film industry. It also undertakes technical and development projects to advance the art and science of filmmaking. The NFB has maintained an environment dedicated to excellence and innovation that is conducive to incubating and prototyping new initiatives, industry collaboration, and nurturing new avenues for creativity in the audiovisual form.

In order for the NFB to achieve these outcomes it has set out the following priorities for the three-year planning period.

a) **Conduct and participate in research projects, e.g., e-cinema, social impact of documentaries, examination of policies relating to the documentary.**
b) **Collaborate further with the government and other organizations.**

Plans

a) **Conduct and participate in research projects. For example: e-cinema, social impact of documentaries, examination of policies relating to the documentary** (priority to be applied against the sub-activities: research, policy and technical innovation of the NFB's PAA)

In the planning period the NFB will further its research into the social impact of documentaries. Upon request, NFB expert knowledge will be shared in such areas as animation and documentary filmmaking, distribution, outreach strategies, etc.

The NFB will also continue to share expert prototyping and to be used as a site for beta-testing of creative outputs and technology with government and industry.

In its capacity as Government Film Commissioner, the NFB will continue its advisory role.

During the planning period, the NFB will continue to pinpoint its R&D needs and develop new distribution channels and products; improve the quality and performance of equipment; explore new horizons in production, post-production, dissemination and distribution.

The above goals and activities involve strengthening ties with other public research institutions and with the private sector on leading-edge projects. One example is the development of the new digital projection and distribution network for film, to complement the existing distribution and projection infrastructures.

b) **Collaborate further with the government and other organizations** (priority to be applied against the sub-activities: research and policy of the NFB's PAA)

The NFB will continue to collaborate closely with other agencies of the Canadian Heritage Portfolio, including the CBC/Radio-Canada, Library and Archives Canada, the Canadian Race Relations Foundation, the Canada Council for the Arts and Telefilm Canada. For example, the NFB's Commissioner and the Executive Director of Telefilm Canada will continue to sit on each other's Board of Directors.

The NFB will continue to play a leadership role in implementing broad policy areas deriving from the federal government.

Expected Results

The expected results can be summarized as follows:

- valued research and development in technical and technological audiovisual field;
- a reference in filmmaking.

Performance Measurement Strategy and Indicators

The NFB will assess progress by tracking the following:

- the development and implementation of a research plan;
- the dissemination and use of its research findings;
- the type and impact of NFB R&D efforts;
- the type and significance of requests to work with the NFB as a test site, a R&D incubator;
- the type and impact of collaborations (e.g. with Portfolio organizations, public-private partnerships).

2.6 Analysis by Program Activity: the Revolving Fund

Financial Resources ($ thousands)

2005-2006	2006-2007	2007-2008
0	0	0

Human Resources

2005-2006	2006-2007	2007-2008
0	0	0

The NFB Revolving Fund allows for working capital needed for commercial operations, interim financing of operating costs and capital asset acquisitions and record the change in the net book value of capital assets. The Revolving Fund may also be used for interim financing of operational shortfalls, but it should be pointed out that the NFB operational costs are funded by a parliamentary appropriation voted annually.

SECTION III – SUPPLEMENTARY INFORMATION

3.1 Management Representation Statement

I submit for tabling in Parliament, the 2005-2006 *Report on Plans and Priorities* (RPP) for the National Film Board of Canada.

This document has been prepared based on the reporting principles contained in the *Guide to the preparation of Part III of the Estimates: Reports on Plans and Priorities.*

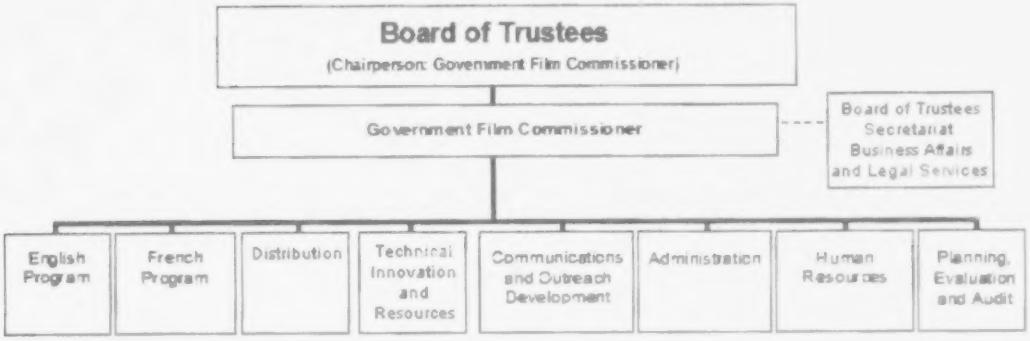
- It adheres to the specific reporting requirements outlined in the TBS guidance;
- It uses an approved program activity architecture (PAA) structure;
- It provides a basis of accountability for the results achieved with the resources and authorities entrusted to it; and
- It reports finances based on approved planned spending numbers from the Treasury Board Secretariat.

Maryse Charbonneau
Director, Administration

3.2 Organizational Information

ACCOUNTABILITY

Organizational Structure



Note: The NFB reports to Parliament through the Minister of Canadian Heritage.

3.3 Tables

RPP
2005-2006

Table

1	Departmental Planned Spending and FTE
2	Program Activity
3	Voted and Statutory Items listed in Main Estimates
4	Net Cost of Department
5	Sources of Respendable and Non-Respendable Revenue
6	Revolving Fund – Projected Use of Authority
7	Revolving Fund – Statement of Cash Flow
8	Details on Transfer Payments Programs

Table 1: Planned Spending

($ thousands)	Forecast Spending 2004-2005	**Planned Spending 2005-2006**	Planned Spending 2006-2007	Planned Spending 2007-2008
Budgetary Main Estimates*	72,582	**71,848**	71,648	71,648
Less: Respendable revenue	8,900	**8,900**	8,900	8,900
Total Main Estimates	63,682	**62,948**	62,748	62,748
Supplementary A:				
Plus: OB Carry forward	1,056			
Transfer of Heritage Canada for various projects	2,333			
Minus:				
Transfer to Heritage Canada - Vote 1– Reallocation	-500			
Planned Procurement savings**		-110		
Supplementary B:				
Plus: Transfer of Heritage Canada for various projects	215			
Sub Total	3,104			
Net Planned Spending***	66,786	62,838	62,748	62,748
Plus: Cost of services received without charge	0	**0**	0	0
Net cost of program	66,786	**62,838**	62,748	62,748
Full Time Equivalents	500	**500**	500	500

* *Reflects the best forecast of total net planned spending to the end of the fiscal year.*

** *This proposed reduction in planned spending due to Procurement savings is as a result of the Budget 2005 announcement.*

*** *Includes statutory appropriation of $10,000 in 2004-2005 and $0 from 2006-2007 to 2008-2009*

Table 2: Program Activities

($ thousands)

2005-2006					
Budgetary					
Program Activity	Operating	Grants and Contributions	Gross	Revenue	Total Main Estimates Total Planned Spending
Production of Audiovisual Work	49,561	152	49,713	1,006	48,707
Distribution of Audiovisual Work	7,959		7,959	7,519	440
Accessibility and Outreach	11,349	98	11,447	275	11,172
Research and Advisory Services	2,729		2,729	100	2,629
Total	71,598	250	71,848	8,900	62,948

Table 3: Voted and Statutory Items in Main Estimates

($ thousands)

Vote or Statutory Item	Truncated Vote or Statutory Wording	**Current Main Estimates 2005-2006**	Previous Main Estimates 2004-2005
75	National Film Board Revolving Fund - Operating Expenses	62,948	63,682

Reconciliation	Previous Budget 2004-2005	63,682	
Plus:	Transfer of Heritage Canada's SPARK Fund		200
	Transfer of Heritage - Vote 1 - Reallocation		-500
	Revolving Fund		-10
	Internal Audit		-20
	EBP		-404
		62,948	

Table 4: Net Cost of Department

($ thousands)

Planned Spending	71,848
Less: Respendable revenue	8,900
Net cost of the Department 2005-2006 *(Total Planned Spending)*	62,948

Table 5: Respendable Revenue

($ thousands)	Forecast Spending 2004-2005	**Planned Spending 2005-2006**	Planned Spending 2006-2007	Planned Spending 2007-2008
Production of Audiovisual Work	1,006	**1,006**	1,006	1,006
Distribution of Audiovisual Work	7,519	**7,519**	7,519	7,519
Accessibility and Outreach	275	**275**	275	275
Research and Advisory Services	100	**100**	100	100
Total Respendable revenue	8,900	**8,900**	8,900	8,900

Table 6: Revolving Funds - Projected Use of Authority

($ thousands)	Forecast 2004-2005	**Planned 2005-2006**	Planned 2006-2007	Planned 2007-2008
Assets				
Cash	200	**200**	200	200
Accounts receivable	4,125	**4,125**	4,125	4,125
Inventories	500	**500**	500	500
Prepaid expenses	1,000	**1,000**	1,000	1,000
Equipment (net value)	10,000	**10,000**	10,000	10,000
	15,825	**15,825**	15,825	15,825
Liabilities				
Accounts payable	2,000	**2,000**	2,000	2,000
Equity of Canada	13,825	**13,825**	13,825	13,825

Table 7: Revolving Fund - Statement of Cash Flow

Appropriation ($ thousands)

Authority as at April 1, 2004		15,000
Drawdown:		
Projected balance as at April 1, 2004	13,825	
Total Estimates (net cash requirement)		
Operations	62,948	
Appropriation authority in these Estimates	-62,948	
Changes in working capital	0	
Increase in net book value of fixed assets	0	
Projected balance as at March 31, 2006		13,825
Unused authority as at March 31, 2006		**1,175**

Table 8: Transfer Payments

($ thousands)	Forecast Spending 2004-2005	**Planned Spending 2005-2006**	Planned Spending 2006-2007	Planned Spending 2007-2008
Grants				
Grants in support of significant film events held in Canada which are of national or international interest as determined by the Board of Trustees	10	**10**	10	10
Contributions				
To support non-profit organizations working in the Film sector and to help promote Canadian cinematography	240	**240**	240	240
Total	250	**250**	250	250

SECTION IV – OTHER ITEMS OF INTEREST

4.1 Corporate Services

The NFB will continue to ensure efficient and responsible management of resources. There continue to be two high-level priorities involved: managing resources efficiently and effectively and enhancing accountability, business practices and information systems. The NFB is a public cultural institution that is committed to prudent management, transparency and accountability. The Board will continue to make effective use of technology for tracking NFB productions and providing Canadians access to audiovisual works through existing or new networks, use partnerships to produce and distribute more and by continuing to provide value for public dollars invested.

Priorities

a) **Manage resources efficiently and effectively.**
b) **Enhance accountability, business practices and information systems.**

Plans

a) **Manage resources efficiently and effectively by:**
- improving systems to improve internal management of operations and delivery of services to clients;
- leveraging resources (human, creative and financial) through partnerships;
- minimizing administrative costs to ensure that maximum resources are provided to film production and distribution.

b) **Enhance accountability, business practices and information systems by:**
- Continuing the integration of databases such as Synchrone for effective knowledge management, to aid in strategic planning and communications;
- Continuing to develop the Electronic Rights Management System;
- Monitoring the implementation of the NFB's Modern Comptrollership Plan;
- Reviewing and revising the NFB's performance measurement, assessment and reporting tools;
- Developing evaluation frameworks of new programs and initiatives;
- Ensuring that targets are met for equity groups.

Performance Measurement Strategy and Indicators

Indicators include:

- Comparing resource allocation to film production and distribution with other areas;
- Improving accountability through internal and external systems, resulting in better tracking and monitoring of resources;
- Evaluations, audits and other studies.

Resource allocation to film production and distribution
Efficient management demands that the majority of resources go to filmmaking, keeping administrative costs as low as possible.

Improved accountability
The improvements to systems enable the NFB to better manage resources and strengthen the link between resources and desired outcomes. A key initiative involves the NFB's three-year action plan on Modern Comptrollership, in line with Treasury Board policy. We are committed to the Board adopting modern management practices in order to strengthen transparency and accountability. The Plan has been broken down into actions and required reporting. Managers will be responsible for meeting objectives and will be accountable for results in their annual performance evaluations.

Evaluations, audits and other studies
The NFB must anticipate and plan for changes to policies and programs. We are committed to undertaking evaluations and audits in line with the federal government's new policy. The NFB will continue to implement its three-year evaluation plan of various programs and policies.

Risk management and implementing a long-term audit plan should also help us meet the goal of improved accountability.

LEGISLATION ADMINISTERED

National Film Act, R.S.C. 1985, c. N-8
(most recently amended November 1, 1995)

NATIONAL FILM BOARD OFFICES

Head Office: Ottawa

Operational Headquarters: Montreal

Canadian distribution
- CineRobotheque – Montreal
- Mediatheque - Toronto
- Call Centre (1 800 267-7710)
- Web site (www.nfb.ca)

International distribution
- USA (New York)
- European Office (Paris)

English production centres
- Edmonton
- Halifax
- Montreal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

French production centres
- Moncton
- Montreal
- Toronto

RPP CONTACT LIST

Maryse Charbonneau
Director, Administration
(514) 283-9050
m.charbonneau@nfb.ca

Audrey Doyle
Director, Planning, Evaluation and Audit
(514) 283-3242
a.doyle@nfb.ca

BUDGET DES DÉPENSES

Office national du film

Budget des dépenses
2005-2006

Partie III – Rapport sur les plans et les priorités

Canada

Les documents budgétaires

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement. Le Budget des dépenses, qui est déposé à la Chambre des communes par le président du Conseil du Trésor, comporte trois parties :

Partie I – Le Plan de dépenses du gouvernement présente un aperçu des dépenses fédérales et résume les principaux éléments du Budget principal des dépenses.

Partie II – Le Budget principal des dépenses étaye directement la *Loi de crédits*. Le Budget principal des dépenses énonce les autorisations de dépenser (crédits) et les sommes à inclure dans les projets de loi de crédits que le Parlement doit adopter afin que le gouvernement puisse mettre en application ses plans de dépenses. Les Parties I et II du Budget des dépenses sont déposées simultanément le 1er mars ou avant.

Partie III – Le Plan de dépenses du ministère est divisé en deux documents :

1) **Les rapports sur les plans et les priorités (RPP)** sont des plans de dépenses établis par chaque ministère et organisme (à l'exception des sociétés d'État). Ces rapports présentent des renseignements plus détaillés, pour une période de trois ans, sur les principales priorités d'une organisation, et ce, par objectif stratégique, activité de programme et résultats prévus, incluant des liens aux besoins en ressources connexes. Les RPP contiennent également des données sur les besoins en ressources humaines, les grands projets d'immobilisations, les subventions et contributions, et les coûts nets des programmes. Ils sont déposés au Parlement par le président du Conseil du Trésor au nom des ministres responsables des ministères et des organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Ces documents sont habituellement déposés au plus tard le 31 mars, pour renvoi aux comités qui peuvent ensuite faire rapport à la Chambre des communes conformément au paragraphe 81(4) du Règlement.

2) **Les rapports ministériels sur le rendement (RMR)** rendent compte des réalisations de chaque ministère et organisme en fonction des attentes prévues en matière de rendement qui sont indiquées dans leur RPP. Ces rapports sur le rendement, qui portent sur la dernière année financière achevée, sont déposés au Parlement en automne par le président du Conseil du Trésor au nom des ministres responsables des ministères et des organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Le Budget supplémentaire des dépenses étaye directement la *Loi de crédits*. Le Budget supplémentaire des dépenses énonce les autorisations de dépenser (crédits) et les sommes à inclure dans les projets de loi de crédits que le Parlement doit adopter afin que le gouvernement puisse mettre en application ses plans de dépenses. Le Budget supplémentaire des dépenses est habituellement déposé deux fois par année, soit un premier document au début novembre et un document final au début mars. Chaque Budget supplémentaire des dépenses est caractérisé par une lettre alphabétique (A, B, C, etc.). En vertu de circonstances spéciales, plus de deux Budgets supplémentaires des dépenses peuvent être publiés au cours d'une année donnée.

Le Budget des dépenses, de même que le Budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

©Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par
le Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, 2005

Ce document est disponible en médias substituts sur demande.

Ce document est disponible sur le site Web du SCT à l'adresse suivante : www.tbs-sct.gc.ca

En vente chez votre libraire local ou par la poste auprès
des Éditions du gouvernement du Canada
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario)
K1A 0S9

Téléphone : (613) 941-5995
Télécopieur : (613) 954-5779 ou 1-800-565-7757 (Canada et É.-U.)
Commandes seulement : 1-800-635-7943 (Canada et É.-U.)
Internet : http://publications.gc.ca

No. de catalogue : BT31-2/2006-III-5
ISBN 0-660-62734-5

Office national du film du Canada

Rapport sur les plans et les priorités

2005-2006

Liza Frulla
Ministre du Patrimoine canadien

Table des matières

SECTION I – SURVOL 1

1.1 Message de la Ministre 2

1.2 Message du commissaire 3

1.3 Renseignements sommaires 5

1.4 Survol de la planification et priorités 8

SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE 11

2.1 Environnement opérationnel 12

2.2 Analyse par activité de programme : production d'œuvres audiovisuelles 15

Résultats 15

Ressources financières 15

Ressources humaines 15

Priorités 16

Plans 16

Résultats prévus 20

Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement 20

2.3 Analyse par activité de programme : distribution d'œuvres audiovisuelles 22

Résultats 22

Ressources financières 22

Ressources humaines 22

Priorités 22

Plans 23

Résultats prévus 24

Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement 24

2.4 Analyse par activité de programme : accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux 25

Résultats 25
Ressources financières 25
Ressources humaines 26
Priorités 26
Plans 26
Résultats prévus 28
Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement 29
2.5 Analyse par activité de programme : services de recherche et de conseil 30
Résultats 30
Ressources financières 30
Ressources humaines 30
Priorités 30
Résultats prévus 32
Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement 32
2.6 Analyse par activité de programme : fonds renouvelable 33
Ressources financières 33
Ressources humaines 33
SECTION III : INFORMATION ADDITIONNELLE 34
3.1 Déclaration de la direction 35
3.2 Renseignements sur l'organisation 36
3.3 Tableaux 37
SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT 46
4.1 Services corporatifs 47
Priorités 47
Plans 47
Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement 48

SECTION I – SURVOL

1.1 Message de la Ministre

Ministre du Patrimoine canadien et
ministre responsable de la Condition féminine

Minister of Canadian Heritage and
Minister responsible for Status of Women

Ottawa, Canada K1A 0M5

À titre de ministre du Patrimoine canadien et de ministre responsable de la Condition féminine, je suis fière de présenter au Parlement et à la population canadienne le *Rapport sur les plans et les priorités (2005-2006)* de l'Office national du film du Canada (ONF). Ce rapport résume les objectifs de l'ONF pour la prochaine année et témoigne de sa volonté de contribuer à notre mission qui est de « Créer le Canada ensemble ».

Composante essentielle du portefeuille du Patrimoine canadien, l'ONF est un véritable lieu de création d'œuvres audiovisuelles canadiennes à la fois originales, audacieuses, intéressantes et accessibles. La place de choix qu'occupent les cinéastes de la relève au sein de l'ONF et l'esprit d'innovation que l'on y retrouve favorisent cette créativité.

Qu'il s'agisse d'accroître la vitalité culturelle de nos communautés, de préserver notre héritage multiculturel, de mettre en valeur nos langues officielles, d'assurer l'égalité des chances ou de faire résonner la voix du Canada sur nos grands réseaux de diffusion, je peux compter sur l'appui et l'engagement de sociétés d'État et d'organismes comme l'ONF pour s'acquitter des responsabilités de ce portefeuille.

Ensemble, nous faisons en sorte que les citoyens et citoyennes de tous âges puissent mettre à profit leur génie créateur, leur talent et leurs compétences, au bénéfice de la société tout entière. Ensemble, nous travaillons à faire du Canada un pays prospère, qui se démarque par sa diversité, son ouverture, son dynamisme culturel et son esprit d'innovation.

Liza Frulla

1.2 Message du commissaire

L'Office national du film du Canada (ONF) joue un rôle unique et essentiel. En sa qualité d'institution publique, il se voue à renforcer le capital social en créant des films pertinents sur les plans social et culturel, qui sont aussi distinctifs et divers que les publics auxquels ils sont destinés. En remplissant ce mandat, l'ONF continue de produire ses œuvres les plus marquantes et confirme la place qu'il occupe dans la vie sociale et culturelle du pays.

En ma qualité de commissaire du gouvernement à la cinématographie et de président de l'ONF, je suis extrêmement fier des résultats que nous avons atteints jusqu'ici dans la mise en œuvre du Plan stratégique 2002-2006. Nous obtenons des résultats tangibles, assurant ainsi à l'ONF la place qui lui revient dans l'industrie et dans la vie de la population canadienne.

Voici les priorités clés sur lesquelles nous nous concentrerons pour l'année à venir : 1) programmer des productions importantes, distinctives et innovatrices qui abordent des enjeux de société dont la population canadienne fait grand cas; 2) faire œuvre de pionnier sur les plans créatif et technique par des films d'animation; 3) rayonner dans les communautés; 4) saisir des occasions de partenariat; 5) aider les nouveaux talents susceptibles de donner aux Canadiens et Canadiennes une voix qui leur est propre et de transmettre les valeurs canadiennes au pays et à l'étranger.

La diversité culturelle des créateurs audiovisuels du Canada est un atout de taille pour la nation; elle en façonne l'identité. L'ONF veillera à consolider son engagement déjà profond envers les talents issus des diverses cultures. Même si l'ONF rejoint déjà la population canadienne par la télévision, par Internet, dans les écoles et les universités, dans les bibliothèques, dans les médiathèques ayant pignon sur rue, par ses projections dans les centres communautaires, par ses ateliers de maître et ateliers divers et par ses activités spéciales, il se veut encore plus présent pour mieux se rapprocher des Canadiens et Canadiennes. À cette fin, il redoublera d'efforts pour permettre à la population d'accéder à ses films. Ainsi, en 2005-2006, il poursuivra son travail visant le développement du cinéma électronique, un système qui met la technologie numérique au service des Canadiens et Canadiennes en créant un nouveau réseau de distribution à contenu diversifié, lequel atteindra les régions les plus reculées du Canada, et ce, à moindres frais. Compte tenu de sa collection de films, de sa méthode de gestion des actifs numériques, de sa connaissance du marché canadien et de ses compétences de pointe, l'ONF s'avérera ainsi un acteur de premier plan pour explorer, en partenariat avec le secteur privé, les façons de mettre en œuvre ce moyen innovateur pour rejoindre les auditoires d'un bout à l'autre du pays.

Bien que ses crédits parlementaires soient possiblement réduits au cours de la période de planification, l'ONF s'emploiera encore et toujours à respecter les priorités établies dans le présent plan. À cette fin, la croissance de ses revenus et la mise à profit de partenariats lui seront essentiels.

L'ONF est impatient de poursuivre sur sa lancée et de contribuer au renforcement du capital social au pays par la mise en œuvre de sa vision : créer et diffuser des films produits dans l'intérêt national. Ce plan ambitieux profite, et profitera, aux Canadiens et Canadiennes puisqu'ils comprendront mieux divers enjeux importants pour eux, y seront plus sensibilisés et seront davantage incités au dialogue public et à l'engagement. Qui plus est, ce plan est, et sera, tout à leur avantage puisqu'il en découle l'encouragement des créateurs de la relève issus de diverses cultures, la contribution à la durabilité et à la stabilité de l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision et le renforcement du profil culturel du Canada à l'échelle internationale.

Jacques Bensimon
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et président de l'Office national du film du Canada

1.3 Renseignements sommaires

Mandat – L'Office national du film du Canada a pour mandat de *« susciter et promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :*

- *produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films;*
- *faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films;*
- *conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités filmiques;*
- *remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner ».*

Mission – La mission de l'ONF, conformément au Plan stratégique 2002-2006, consiste à *produire et distribuer des œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes qui reflètent la diversité culturelle et qui présentent au Canada et au monde un point de vue authentiquement canadien.*

Avantages pour la population canadienne et pour le monde

L'ONF joue un rôle aussi nécessaire aujourd'hui qu'au moment de sa création en 1939. Aujourd'hui encore, il contribue à façonner et influencer les vues de la population canadienne; il est un outil d'innovation sociale et de rapprochement citoyen dans un contexte mondial. En intégrant la production et la distribution de films dans l'intérêt national, il devient un catalyseur de la participation des citoyens et citoyennes; favorise l'acquisition continue du savoir; transmet les valeurs canadiennes au pays et à l'étranger; innove sur le plan du contenu, de la forme et de la technologie; aide les nouveaux talents de diverses cultures; donne aux Canadiens et Canadiennes une voix qui leur est propre; incarne un partenaire complémentaire unique pour l'industrie du cinéma et de la télévision au Canada.

RPP – Renseignements sommaires

(en milliers de dollars)

Ressources financières

2005-2006	2006-2007	2007-2008
62 948	62 748	62 748

Ressources humaines

2005-2006	2006-2007	2007-2008
500	500	500

Priorités – Il s'agit des priorités en matière de programmes et de gestion, qui sont essentielles à la concrétisation des objectifs stratégiques de l'ONF pendant la période de planification. Elles seront abordées plus longuement dans la section Plans et priorités (Section II). De plus, le rendement qui s'y rapporte sera indiqué dans le Rapport de rendement de l'ONF 2005-2006 (RMR). Ces priorités sont essentielles à l'avancement du travail de l'ONF (mais ne constituent pas une liste exhaustive de toutes les initiatives).

Activités	Priorités	Type de priorité	Dépenses prévues		
			2005-2006	2006-2007	2007-2008
Production d'œuvres audiovisuelles	Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes. Consolider la capacité de l'ONF à identifier et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers. Favoriser les partenariats par les coproductions. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie. Maintenir le développement de coproductions internationales.	Permanente	48 707	48 507	48 507
Distribution d'œuvres audiovisuelles	Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.	Permanente	440	440	440

Activités	Priorités	Type de priorité	Dépenses prévues		
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc. Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada. Améliorer encore davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits). Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.	Permanente	11 172	11 172	11 172
Services de recherche et de conseil	Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets. Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes	Permanente	2 629	2 629	2 629
	TOTAL		62 948	62 748	62 748

1.4 Survol de la planification et priorités

Objet du survol
L'objet du présent survol consiste à mettre en contexte les plans et les priorités qu'adoptera l'ONF en 2005-2006 et au cours de la période de planification triennale qui se termine en 2007-2008. Ces plans et priorités découlent de son Plan stratégique 2002-2006. Depuis trois ans, l'ONF jette les bases de sa modernisation en restructurant ses programmes, en améliorant ses méthodes et en adoptant de nouvelles directives visant la gestion responsable des fonds publics. Le Plan stratégique a été revu en 2004. Pour s'assurer de rester sur la bonne voie, l'ONF a procédé à des ajustements en fonction de l'évolution des technologies, des priorités et de l'industrie.

L'ONF rend des comptes au ministère du Patrimoine canadien, chargé d'administrer la *Loi sur le cinéma* qui régit cet organisme public de production et de distribution. L'ONF est financé principalement par des crédits parlementaires, par les revenus tirés de la vente de ses produits et par ses redevances.

Évolution du contexte documentaire
Partout dans le monde, la production documentaire subit des pressions jusqu'alors inégalées tout en jouissant de la faveur du public comme jamais. Les documentaristes sont surtout préoccupés par la commercialisation de la production. Qualité et diversité sont en péril, notamment au chapitre des documentaires d'opinion[1]. Ce type de films porte sur des enjeux de société importants; pourtant, moins de maisons de production canadiennes en font. Devant une telle brèche laissée dans le marché, les diffuseurs et les cinéastes indépendants ont manifesté leur appui aux documentaires d'opinion produits par l'ONF dans lesquels « la créativité, la diversité et la conscience sociale ne sont pas sacrifiées à l'autel de la rentabilité[2]. » Dans une industrie en pleine mutation, l'ONF joue un rôle stabilisateur.

L'ONF fait des documentaires d'opinion une de ses priorités, car la population veut voir des films qui l'aident à mieux comprendre les enjeux présentés sous divers points de vue[3]. Afin de remplir cet objectif, l'ONF organisera, en 2005-2006, un sommet sur l'état du financement du documentaire, sur les programmes et politiques qui appuient ce genre ainsi que sur les auditoires et les incidences économiques et culturelles du documentaire. L'ONF a été un fer de lance du premier Sommet sur les politiques régissant le documentaire, qui s'est tenu en 2004-2005 pour amorcer les discussions.

Programmation dans le cadre de festivals
Le public demande de plus en plus de longs métrages et autres documentaires d'opinion, comme le montre le succès du genre à la télévision et au cinéma. Selon une étude récente

---

[1] Cox, Kirwan, Observatoire du documentaire, *La production documentaire au Québec et au Canada*, novembre 2002.
[2] Trad. libre. Source :Cox, Kirwan, *La production documentaire au Québec et au Canada*, novembre 2002, page 43.
[3] Canadian Media Research Inc., *TV Audiences and the NFB*.

sur la popularité de la programmation canadienne, les documentaires canadiens jouissent d'une bonne image de marque et attirent les Canadiens et Canadiennes de tous âges.

Cette tendance ressort également de la fréquentation publique d'événements comme le Festival Hot Doc!, à Toronto, dont l'assistance a augmenté de 30 p. 100 l'année dernière, et les Rencontres internationales du documentaire de Montréal, qui ont attiré 50 p. 100 plus de cinéphiles. La programmation du Festival international du film de Vancouver comptait un nombre record de 108 documentaires.

Selon un récent sondage effectué pour le compte de l'ONF, plus de 80 p. 100 de la population déclare nettement vouloir maintenir le financement public de l'ONF pour créer des documentaires canadiens sur l'histoire, la culture et le patrimoine canadiens[4].

La difficulté de rejoindre les auditoires
La multiplication des choix offerts aux téléspectateurs a mené à la fragmentation des auditoires et à un marché encombré. Malgré cette fragmentation, les documentaires continuent d'attirer les téléspectateurs; certains documentaires exceptionnels ont été vus par plus de un million de personnes[5]. Ce chiffre montre bien que l'ONF doit continuer à produire ce genre de films qui trouvent un écho auprès de la population canadienne. La couverture non dupliquée des productions de l'ONF diffusées sur les chaînes canadiennes en 2004-2005 a été supérieure à 9 millions de téléspectateurs, soit une augmentation de 20 p. 100 par rapport à l'année précédente.

Incidence de la conversion numérique sur la production et la distribution
La conversion au numérique du système de télédiffusion canadien demeure un défi. L'ONF veille à intégrer l'évolution technologique et à innover, particulièrement dans le domaine de la production numérique, de la télévision haute définition et des médias interactifs.

Dans ce contexte, l'ONF prend note, comme l'a souligné le gouvernement du Canada, que le ministère du Patrimoine canadien collaborera avec d'autres ministères, organismes et intervenants pour clarifier la politique et les objectifs, repérer les lacunes et contribuer à l'élaboration d'un plan de transition au numérique [6]. L'ONF se réjouit d'examiner ces questions avec le gouvernement pendant la période de planification.

La conservation de notre fonds audiovisuel considérable sur support vidéo est un sujet de constante préoccupation. La durée de vie d'une bande analogique ou numérique est relativement courte par rapport à celle d'un film. Depuis 1996, l'ONF est un chef de file dans le domaine de la production numérique. C'est donc dire que la part croissante de sa

---

[4] Pollara, *A survey on behalf of the National Film Board*, mars-avril 2004 (sondage omnibus).
[5] Groupe Nordicité ltée, *Getting Real/Toute la vérité : profil économique de l'industrie canadienne du documentaire*, mars 2003, page 1.
[6] Il y est fait allusion dans la publication récente intitulée *La réponse du gouvernement du Canada au rapport du Comité permanent du patrimoine canadien, Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de radiodiffusion canadienne.*

collection qui n'est pas fixée sur film devra faire l'objet de mesures de conservation dans un avenir rapproché.

Des partenariats à tous les niveaux : parvenir à une synergie, rehausser la créativité et optimiser les ressources

Nous continuerons à forger des partenariats stratégiques avec des maisons de production et de distribution du secteur privé canadien et avec des diffuseurs publics afin de coproduire, diffuser et distribuer nos films. À l'échelle internationale, l'ONF persistera à former des alliances en vue de maximiser les synergies potentielles et d'accroître les revenus.

L'ONF poursuivra sa collaboration avec des ministères comme Patrimoine canadien et d'autres organismes (Conseil des Arts du Canada, Radio-Canada/CBC et Téléfilm Canada) pour mieux satisfaire aux objectifs de politique publique.

SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE

2.1 Environnement opérationnel

Facteurs internes et externes

Tandis que l'ONF s'engage dans la dernière étape de son Plan stratégique 2002-2006, il continuera de consolider les nombreux changements apportés ces trois dernières années. Ses objectifs pour 2005-2006 et la période de planification demeurent :

- définir le rôle essentiel que joue l'ONF dans le paysage audiovisuel canadien et le positionner dans le nouveau contexte de la mondialisation;
- favoriser le rapprochement entre le public canadien, l'ONF d'aujourd'hui et notre patrimoine audiovisuel;
- refléter davantage et de manière plus pertinente la société canadienne;
- confirmer le rôle de l'ONF à titre d'incubateur d'excellence et d'innovation créatrice;
- maintenir et développer le capital humain de l'ONF;
- augmenter de façon significative le rendement du capital investi.

Les risques, défis et possibilités – que supposent ces facteurs, ainsi que leurs répercussions sur l'ONF.

Risques financiers
Au cours de cette période de planification et des années à venir, l'un des défis clés auxquels l'ONF devra faire face demeurera la diminution de ses ressources financières. Maximiser les revenus et forger des partenariats devraient l'aider à tirer davantage de ses ressources financières.

Les risques externes englobent également le fait que l'ONF n'a pas suffisamment accès aux canaux de diffusion et de distribution de ses productions, non plus qu'à leur promotion. Compte tenu de l'accès limité, de la programmation dans des créneaux désavantageux et de l'absence d'identification à l'écran, la population canadienne ne peut voir les films de l'ONF ou les voit difficilement et ne sait pas, ou rarement, qu'il s'agit de ses films. En l'occurrence, l'ONF a beaucoup de mal à engager le dialogue avec la population sur des sujets qui intéressent celle-ci et, le cas échéant, à se faire connaître comme étant à l'origine de ce dialogue.

Il faut également ajouter que l'ONF n'est pas le seul à éprouver des problèmes en ce qui a trait à la programmation et à la promotion des émissions canadiennes diffusées à la télévision. En effet, les diffuseurs canadiens accordent le plus souvent la priorité aux émissions américaines en raison de leur prix plus bas et des meilleurs revenus publicitaires qu'elles génèrent. L'ONF ne peut décider de l'horaire de diffusion de ses productions; ce pouvoir réside entre les mains du diffuseur. L'ONF cherche cependant encore et toujours des solutions innovatrices pour promouvoir ses productions.

Maximiser les revenus dans une industrie en pleine mutation
L'ONF détient l'un des plus riches catalogues audiovisuels au monde et une cinémathèque de plans d'archives. Il peut accroître ses revenus en multipliant les licences de diffusion, en réalisant de nouvelles compilations pour des marchés précis, en nouant de meilleures alliances avec le système d'éducation et par d'autres moyens encore. Il œuvre toutefois au sein d'une industrie en pleine mutation, ce qui rend difficile l'établissement de prévisions exactes. Il faut réitérer que l'ONF ne doit en aucun cas compromettre ses valeurs fondamentales et qu'il doit peser l'objectif de maximiser les revenus en regard de ses objectifs en matière de culture et d'atteinte des publics, lesquels ne sont pas de prime abord de nature commerciale.

Question de droits
L'augmentation du coût d'achat des droits se répercute directement sur le coût des productions. De plus, l'ONF ne peut acquérir de droits à court terme pour une seule utilisation comme dans le cas de redevances à des fins de télédiffusion. Il doit aussi racheter les droits sur des films à valeur historique afin que la population canadienne y ait accès. Il s'agit là d'une responsabilité qui incombe à l'ONF, en sa qualité de producteur public.

Distribution de documentaires
Quelques rares distributeurs du secteur privé demeurent des intervenants clés dans la distribution de documentaires, mais ils concentrent le plus souvent leurs efforts sur les séries ou *documentaires de divertissement*. En pareil contexte, l'ONF joue un rôle unique et essentiel dans la distribution de documentaires.

Appliquer les nouvelles technologies de distribution numérique
Le rythme de l'évolution technologique et l'intérêt croissant que manifeste la population canadienne pour des films de plus en plus variés offrent des débouchés intéressants non seulement à l'ONF, mais au film canadien en général. Le cinéma électronique, un réseau parallèle, a été examiné et jugé viable. En 2004-2005, l'ONF et Téléfilm Canada ont commandé une étude sur un réseau de cinéma électronique. L'étude a montré que même avec une approche classique fondée sur le système de diffusion en place, les politiques gouvernementales exigeraient que le Canada joigne les rangs d'autres pays et incite, comme eux, l'industrie privée à déloger ou à adapter l'infrastructure de diffusion existante pour intégrer la projection numérique. Le Canada aurait nettement avantage à soutenir un réseau de cinéma électronique pour : 1) accroître la diversité des films offerts aux spectateurs canadiens, notamment des films canadiens, des longs métrages documentaires et des premières œuvres de long métrage; 2) permettre à de petites collectivités isolées d'accéder à des longs métrages en première diffusion; 3) favoriser l'interactivité; 4) profiter d'un système de distribution et de diffusion à moindres frais, une fois payé le coût d'installation.

Dépenses prévues pour les activités de programme par résultat stratégique

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2004-2005	Dépenses prévues 2005-2006	Dépenses prévues 2006-2007	Dépenses prévues 2007-2008
Production d'œuvres audiovisuelles	50 394	48 707	48 507	48 507
Distribution d'œuvres audiovisuelles	491	440	440	440
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	12 351	11 172	11 172	11 172
Services de recherche et de conseil	3 550	2 629	2 629	2 629
Total du Budget principal des dépenses	66 786	62 948	62 748	62 748

L'écart entre les prévisions de dépenses de 2004-2005 par rapport aux dépenses prévues 2005-2006 provient de l'augmentation nette du crédit parlementaire de 2004-2005 pour des projets reliés au Fonds Mémoire canadienne, au PICLO ainsi qu'à un report de fonds de 2003-2004, après déduction de la contribution de l'ONF à la réaffectation des dépenses.

Ainsi, suite à la mise en place de l'architecture des programmes, une redistribution des fonds a été effectuée en faveur des « productions d'œuvres audiovisuelles » provenant des autres activités.

De plus, le niveau de référence de 2005-2006 est réduit suite à une réduction dans le taux des avantages sociaux appliqués sur la masse salariale.

2.2 Analyse par activité de programme : production d'œuvres audiovisuelles

Résultats

Par la production d'œuvres audiovisuelles, l'ONF cherche à atteindre les résultats ci-après. Les résultats désignent les avantages *directs* et *indirects* durables pour les Canadiens et Canadiennes, qui découlent des activités de l'ONF.

Les résultats directs sont :

- la connaissance et la compréhension, par les Canadiens et Canadiennes, de divers enjeux importants pour eux;
- la stabilité du niveau d'emploi dans l'industrie;
- une nouvelle génération de documentaristes et de cinéastes d'animation;
- la référence internationale dans le domaine du cinéma documentaire.

Les résultats indirects sont :

- une contribution à l'identité canadienne et à la cohésion sociale au pays;
- un public canadien renseigné et engagé;
- une industrie cinématographique et télévisuelle florissante, diversifiée sur le plan culturel et reconnue pour la qualité de ses productions.

Ressources financières

2004-2005	2005-2006	2006-2007
50 394	48 707	48 507

Ressources humaines

2004-2005	2005-2006	2006-2007
345	345	345

Priorités

Afin d'atteindre les résultats susmentionnés, l'ONF s'est fixé les priorités ci-après pour la période de planification de trois ans.

a) **Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes.**
b) **Consolider la capacité de l'ONF à identifier et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers.**
c) **Favoriser les partenariats par les coproductions.**
d) **Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie.**
e) **Maintenir le développement de coproductions internationales.**

Plans

a) **Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes** (priorité liée aux sous-activités : production, marketing et services techniques dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Riche de sa tradition et de ses productions récentes, l'ONF contribue au capital social du Canada en produisant des films et nouveaux médias innovateurs et pertinents sur le plan social. Depuis toujours, l'ONF concentre sa production sur des enjeux sociaux importants pour la population canadienne en créant des documentaires, des films de fiction innovateurs, des films d'animation et des productions nouveaux médias; il entend bien garder ce cap. Au cours de la période 2005-2006, l'ONF poursuivra sur cette voie en consacrant environ 85 p. 100 de sa production à d'importants enjeux sociaux et en posant des questions ardues qui interpelleront la population canadienne. En outre, les films de l'ONF continueront d'explorer les relations entre les gens, entre la population et le régime démocratique de sorte que, le plus souvent, ils sonderont la conscience collective et encourageront les Canadiens et Canadiennes à participer, à se tenir informés de ce qui se passe au pays et à l'étranger, de manière à étoffer leur compréhension des grands enjeux de société et des valeurs canadiennes.

Les projets clés tels **CitizenShift** (http://citizen.nfb.ca) et **Parole Citoyenne** (http://citoyen.onf.ca) continueront d'être développés pour qu'on en tire leur plein potentiel de sensibilisation de la population et d'incitation au dialogue parmi les citoyens et citoyennes de différentes communautés. Il s'agit d'espaces publics et technologiques où sont abordées des questions sociales comme la citoyenneté, la pauvreté, la santé et la démocratie, et qui constituent autant d'invitations à un vrai partenariat et à une participation pleine et entière par le recours à Internet comme mode d'expression.

Pour continuer de s'assurer que sa programmation satisfait à ses objectifs, reflète son mandat et s'avère pertinente pour la population canadienne, l'ONF exige toujours le respect de ses priorités en matière de programmation, qui orientent les choix faits et les décisions prises dans le cadre du processus de programmation. L'ONF veillera à peaufiner ses mécanismes d'évaluation, tant quantitative que qualitative, pour mieux mesurer le rendement et les répercussions de ses films.

Pour produire ses films, l'ONF cherche l'inspiration au sein de la communauté; c'est pourquoi il entend concevoir l'emballage de ses produits, lancer et promouvoir ses films et projets et étendre le rayonnement de sa production dans les communautés, en plus de créer des partenariats avec des groupes communautaires et autres partenaires pertinents. Il importe de souligner que, dans sa programmation, l'ONF cherche entre autres à mieux s'enraciner au sein des communautés en encourageant les créateurs qui en font partie et en les aidant à créer des projets de film susceptibles d'apporter des changements et d'amorcer discussions et débats.

Les plans et stratégies de marketing mettront l'accent sur certains films, sur la compilation des films en fonction de différentes thématiques et sur les projets spéciaux visant le développement du capital social.

b) **Consolider la capacité de l'ONF à identifier et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers** (priorité liée aux sous-activités : production, marketing et appui aux cinéastes dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF tient un rôle créatif dans le développement des talents canadiens. En mettant en œuvre ses nombreux programmes et projets et en déployant ses efforts de mentorat, il identifie et encourage les talents, consolidant ainsi le cinéma canadien de manière à favoriser l'expérimentation de même que la ferveur créatrice et innovatrice.

Dans ses activités de programmation pour 2005-2006, il continuera de stimuler l'expression de voix diverses et de contenus variés dans les deux langues officielles, encourageant ainsi les talents autochtones et issus de cultures diverses à formuler des points de vue culturels. L'ONF cherche à refléter davantage l'ensemble de la société canadienne, ce qui sous-entend multiplier les occasions offertes aux artistes et artisans des communautés autochtones ou minoritaires, le plus souvent en régions éloignées. Pour ce faire, l'ONF poursuivra ses efforts en vue de constituer, à l'échelle nationale, une base de données sur les talents, axée notamment sur l'identification des créateurs autochtones ou d'horizons culturels variés. Il s'y est engagé dans le cadre de l'Alliance sur la diversité culturelle, qui regroupe presque tous les organismes du portefeuille du Patrimoine canadien, et en a fait un objectif fondamental.

De plus, pour favoriser un contenu canadien diversifié dans les deux langues officielles, l'ONF renforcera les activités cinématographiques aux quatre coins du pays et mettra davantage l'accent sur l'aide aux cinéastes appartenant à la minorité linguistique de leur région. Il travaillera à créer avec le ministère du Patrimoine canadien un nouveau

Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO). Le soutien des talents canadiens se concrétise dans une vaste gamme d'activités un peu partout au pays, depuis les programmes d'appui aux cinéastes décrits ci-après jusqu'à l'**Aboriginal Filmmaking Program** (AFP) en passant par le mentorat, le développement et l'aide aux cinéastes de la relève, ainsi que l'encouragement et le perfectionnement des talents et des histoires issus de groupes autochtones ou culturels précis.

L'ONF a profité de l'Initiative DÉCLIC – un partenariat avec le ministère du Patrimoine canadien – pour augmenter le nombre de mises en chantier de projets diversifiés sur le plan culturel et le nombre de personnes qui reçoivent une formation sur le tas. Une mince fraction des fonds investis dans cette initiative a également été consacrée au développement d'auditoires dans les festivals.

L'ONF est reconnu pour aider les cinéastes indépendants au Canada. Il joue un rôle inestimable dans le perfectionnement de la relève et dans le renouvellement des talents créateurs. L'ONF est l'un des seuls lieux qui jettent un pont entre, d'une part, l'apprentissage des étudiants en cinéma et des artisans et, d'autre part, l'exercice du métier en milieu professionnel. Pour ce faire, il recourt à divers programmes et projets. Le **Filmmaker Assistance Program** (FAP) et l'**Aide au cinéma indépendant – Canada** (ACIC) sont les piliers de cette tradition. Ces deux programmes sont des incubateurs de talents en ce sens qu'ils fournissent une aide financière et technique à des documentaristes, cinéastes d'animation et réalisateurs/réalisatrices de courts métrages de fiction (dont nombre appartiennent à la relève).

Hothouse et **Momentum** sont d'autres programmes incubateurs de talents qui continueront d'aider les cinéastes de la relève à produire de courts métrages documentaires de qualité à petit budget (dans le cas de **Momentum**) ou d'offrir aux jeunes cinéastes d'animation une formation intensive qui les familiarise avec les tenants et les aboutissants propres à la réalisation d'un film d'animation, depuis la création jusqu'au mixage définitif et à la mastérisation vidéo (dans le cas de **Hothouse**).

c) **Favoriser les partenariats par les coproductions** (priorité liée à la sous-activité : production dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF maintiendra sa place de partenaire au sein de l'industrie cinématographique et télévisuelle indépendante du Canada en continuant assidûment à mettre en oeuvre des coproductions. Il participe sur le plan éditorial à des coproductions avec l'industrie du film et accueille favorablement les propositions de coproduction reçues de producteurs/productrices ou cinéastes canadiens, qui sont ensuite gérées par un producteur de l'ONF.

d) **Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie** (priorité liée aux sous-activités : production, marketing et services techniques dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF maintient le cap sur la créativité, l'innovation et l'expérimentation des formes et des contenus. Pour mieux y parvenir, il fera de la recherche et du développement une

priorité. Nous prévoyons que, par l'entremise de sa Direction de l'innovation et des ressources techniques, l'ONF sera à la fine pointe des nouvelles technologies. À titre d'exemple, l'ONF étudiera des possibilités d'investissements dans les domaines de la HD et de l'intermégatif numérique. De plus, en qualité de chef de file reconnu en imagerie numérique et de lauréat d'un Oscar soulignant sa contribution à l'avancement technique du cinéma, l'ONF et sa Direction de l'innovation et des ressources techniques persévéreront à mettre au point, lancer et tester de nouvelles technologies. Pour toutes ces raisons, comme par le passé, d'importants intervenants du secteur privé et des établissements de recherche tels que des universités ou des centres de recherche ont recours à l'ONF.

Par ailleurs, la Direction de l'innovation et des ressources techniques forgera davantage de partenariats avec des maisons de postproduction.

L'ONF se vouera également encore aux projets de mentorat et aux ateliers de maître qui servent de nombreuses façons à promouvoir l'art cinématographique et le transfert des connaissances et des compétences. Tandis que ces activités peuvent renforcer l'innovation, elles permettent aussi d'atteindre les objectifs consistant à appuyer les cinéastes canadiens et à faire de l'ONF la référence en matière de documentaires et de films d'animation.

e) **Maintenir le développement de coproductions internationales** (priorité liée aux sous-activités : production et mandat international dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

S'inspirant d'accords de coproductions internationales qui ont été conclus, l'ONF souhaite, par ses coproductions et ses ententes internationales, créer des partenariats financiers dont découleront d'importants documentaires propres à favoriser le renouveau de la créativité et l'élargissement de l'auditoire. Ses coproductions internationales traitent d'enjeux mondiaux qui préoccupent la population canadienne ou de problèmes qui touchent les publics aux quatre coins du globe (lesquels problèmes sont le plus souvent présentés d'un point de vue canadien); ces coproductions exportent les valeurs canadiennes.

Pour la période de planification qui nous occupe, les coproductions internationales demeureront pour l'ONF une importante source d'optimisation des ressources créatrices et financières, lui permettant de se tailler une place de choix sur la scène internationale et d'élargir son auditoire.

De plus, à l'occasion, l'ONF servira encore d'intermédiaire entre des entités internationales et des productrices/producteurs canadiens d'œuvres qui transmettent les valeurs canadiennes. Dans le but de développer des coproductions internationales, l'ONF cherchera à étudier et à mettre en œuvre des ententes ou partenariats avec des organismes et des diffuseurs aux vues similaires.

Résultats prévus

Voici le résumé des résultats prévus :

- au moins 85 p. 100 de la programmation sur des enjeux sociaux;
- programmation consistant en la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias;
- projets innovateurs et expérimentaux;
- nombre important de coproductions;
- développement et perfectionnement de nouveaux talents.

Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement

Pour évaluer son rendement, l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- Diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF;
- Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision et rayonnement du site Internet);
- Reconnaissance sous forme de prix décernés lors de festivals, tant au Canada qu'à l'étranger;
- Nombre d'applications innovatrices;
- Participation de la population canadienne;
- Diversité à l'écran et en coulisses;
- Progression du nombre de coproductions.

Diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF
La production de l'ONF varie grandement sur des plans divers : genres (animation, documentaire d'opinion, médias interactifs), contenus, traitements et publics cibles. On peut le constater par un bref coup d'œil sur les œuvres réalisées.

Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films
Pour l'ONF, la télévision demeure le principal moyen de rejoindre Canadiens et Canadiennes. Il dispose de données mensuelles comparatives sur la taille des auditoires par rapport aux divers réseaux de télévision ainsi que de données régionales, linguistiques et démographiques. En 2003-2004, l'ONF a accru son rayonnement de 20 p. 100.

L'ONF enregistre en détail le nombre de visites effectuées dans son site Web, notamment dans les sections Jeunesse, Collection, Nouveautés et Boutique.

L'ONF mettra au point des outils lui permettant d'évaluer le niveau d'intérêt des auditoires pour ses films.

Reconnaissance lors de festivals de films
La reconnaissance par les pairs de l'industrie canadienne et étrangère représente une mesure du caractère concurrentiel, de la qualité et de la pertinence de nos films. L'ONF continue de surveiller cet indicateur de rendement.

Participation de la population canadienne
L'ONF rapproche les Canadiens et Canadiennes d'un océan à l'autre de mille et une façons : dans les écoles, par son programme d'adhésion et des sites interactifs, par des projections communautaires, des médiathèques ayant pignon sur rue, des ateliers, des festivals de films et autres. Évaluer les incidences socioculturelles qu'ont les productions de l'ONF demeure un défi. En 2005-2006, l'ONF recevra les résultats d'une étude (commandée de concert avec des partenaires de l'industrie) sur les répercussions sociales des documentaires canadiens. On y trouvera une proposition de méthode d'évaluation applicable au suivi, au contrôle, à l'évaluation et à la préparation de rapports sur le sujet. L'ONF veut occuper une position de chef de file dans le domaine. Il cherchera donc à mettre en œuvre une telle méthode au cours de la période de planification.

De plus, selon une enquête menée pour le compte de l'ONF en 2004, la population canadienne connaît et appuie les films de l'organisme, mais pense que ses œuvres ne sont pas assez diffusées à la télévision et gagneraient à jouir d'une meilleure promotion. C'est pourquoi, en 2005-2006, l'ONF peaufinera ses outils de mesure et utilisera la méthode des études de cas pour faire le suivi de ses stratégies de mise en marché et de réseaux de distribution.

Diversité à l'écran et en coulisses
L'ONF a atteint ses objectifs en matière d'équité et est réputé pour perfectionner les talents et les compétences chez les communautés sous-représentées. Il a en outre d'excellents antécédents au chapitre de la programmation diversifiée sur le plan culturel. Ses films sont vraiment à l'image de la société canadienne et, de la sorte, favorisent l'inclusion ainsi que la consolidation des fondements de la société canadienne. L'ONF veillera au suivi de la diversité à l'écran et en coulisses en procédant à des évaluations et à des études de cas, et il rendra des comptes sur le sujet.

Progression du nombre de coproductions
L'ONF se propose d'assurer le suivi de ses activités de coproduction et de présenter un rapport faisant état des avantages qu'en tirent la population canadienne, l'ONF et les coproducteurs.

2.3 Analyse par activité de programme : distribution d'œuvres audiovisuelles

Résultats

Par la distribution d'œuvres audiovisuelles, l'ONF cherche à atteindre les résultats ci-après.

Les résultats directs sont :

- réputation d'important producteur et distributeur de documentaires et de films d'animation à l'échelle internationale – un point de référence;
- augmentation des revenus.

Les résultats indirects sont :

- renforcement du profil culturel du Canada au pays et à l'étranger;
- croissance économique;
- diversification des marchés.

Ressources financières

2004-2005	2005-2006	2006-2007
491	440	440

Ressources humaines

2004-2005	2005-2006	2006-2007
55	55	55

Priorités

Le mandat de l'ONF est également de distribuer (vendre) ses produits aussi largement que possible au Canada et à l'étranger. En mettant ses œuvres sur le marché, l'ONF maximise ses revenus. Ces activités regroupent les compétences et les capacités en matière de distribution commerciale. Les activités de distribution englobent : la commercialisation des catalogues audiovisuels de l'ONF et de sa cinémathèque de plans d'archives bien garnie; le développement et la diversification des marchés sur lesquels il distribue ses produits, au Canada comme à l'étranger; la réalisation de compilations pour certains marchés; la prestation d'un service à la clientèle de qualité; l'augmentation de son fonds d'œuvres audiovisuelles par des acquisitions et des ententes de partenariat; des études de marché. Par ces activités, l'ONF forge des alliances stratégiques avec les secteurs public et privé au Canada et à l'étranger.

Afin d'atteindre ces résultats, l'ONF s'est fixé les priorités ci-après pour la période de planification de trois ans.

a) **Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes.**
b) **Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.**

Plans

a) **Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes** (priorité liée aux trois sous-activités de distribution : ventes et développement des marchés, services techniques et mandat international dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Ces activités sont surtout concentrées sur les ventes et le développement des marchés de l'ONF (salles, télévision, consommateurs, institutionnel).

Au cours de la période de planification, les activités de distribution internationale mettront l'accent sur la vente, particulièrement en Europe, aux États-Unis, en Amérique latine et en Asie. Voici les marchés visés :

- marchés internationaux de la télévision;
- marché des salles à l'étranger;
- marchés institutionnels à l'étranger;
- fonds d'archives internationaux;
- marchés consommateurs internationaux.

De plus, en développant le marché institutionnel, l'ONF est déterminé à collaborer avec le secteur de l'éducation pour planifier et fournir produits et services. Il mettra aussi l'accent sur l'accroissement des ventes sur ce marché, qui représente pour lui une importante source de revenus. En 2005-2006, l'ONF poursuivra sa stratégie d'acquisition des droits de distribution de documentaires et films d'animation. Les décisions concernant ces acquisitions reposeront sur l'évaluation de la pertinence des productions par rapport à la collection et au mandat de l'ONF.

Dans le cadre de ses activités de vente, l'ONF optimise ses revenus dans ses boutiques électroniques, où les clients des marchés consommateurs et éducation (du Canada et des États-Unis) sont à même de naviguer et d'acheter en ligne ses vidéos et ses DVD; au Canada, il distribue les plans d'archives de partenaires tels que la National Geographic Society.

Le secteur de l'éducation est un autre domaine dans lequel l'ONF pourrait augmenter ses ventes. Il entend réaliser des documents qui *ne* sont *pas* produits par le secteur privé. Il pourra élaborer et distribuer de telles œuvres en partenariat avec des organismes provinciaux ou territoriaux et des entreprises du secteur privé.

b) **Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public** (priorité liée aux sous-activités : vente et expansion des affaires dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF continuera de répondre à la demande croissante du secteur privé en lui offrant ses compétences spécialisées dans le domaine de la distribution et ses propres réseaux de distribution au Canada et à l'étranger.

Résultats prévus

Voici le résumé des résultats prévus :

- marchés diversifiés et revenus importants;
- commerce électronique dans les boutiques en ligne;
- ventes nombreuses représentant des sommes importantes auprès des diffuseurs;
- forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution.

Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement

L'ONF évaluera les progrès réalisés en vérifiant les points suivants :

- développement et diversification des marchés (marchés canadiens et étrangers);
- revenus.

Développement et diversification des marchés
Ces indicateurs sont commodes pour évaluer jusqu'à quel point les productions de l'ONF sont utilisées par divers marchés canadiens et étrangers. À long terme, il faudra trouver des outils qui permettent de mesurer le degré auquel la marque ONF continue de faire découvrir le Canada à la population canadienne et aux publics étrangers.

Revenus
Les revenus produits et le nombre de transactions témoignent de l'efficacité des stratégies utilisées par l'ONF en matière de marque et de distribution.

2.4 Analyse par activité de programme : accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux

Résultats

Pour forger des liens durables et précieux avec les Canadiens et Canadiennes et pour favoriser chez eux l'acquisition continue du savoir, l'ONF s'est fixé un certain nombre d'objectifs dans son Plan stratégique 2002-2006 :

- renouer les liens avec les Canadiens et Canadiennes;
- prioriser sa riche collection en la rendant toujours plus accessible et en veillant à sa conservation;
- repositionner l'ONF;
- gérer l'image de marque avec efficacité et efficience.

À la fin de 2004-2005, l'ONF avait beaucoup accompli pour atteindre ces objectifs, notamment par les moyens suivants : programme de projections ayant rejoint 75 000 personnes; bassin de membres engagés et actifs de plus de 20 000 Canadiens et Canadiennes; tenue d'ateliers de maître et d'ateliers divers; élaboration d'ateliers et de ressources pour le personnel enseignant; logo rafraîchi; site Internet plus accessible; nouvelle médiathèque connaissant beaucoup de succès; forte présence dans les festivals; excellente couverture de presse et visibilité accrue de l'ONF dans les médias; et plus encore.

Au cours de la période de planification, l'ONF cherche à atteindre les résultats ci-après.

Les résultats directs sont :
- image de marque reconnue et prisée;
- réputation d'important et apprécié producteur et distributeur de documentaires et de films d'animation à l'échelle internationale – un point de référence;

Les résultats indirects sont :
- une population canadienne faisant grand cas de l'investissement dans sa culture;
- une population canadienne faisant grand cas de son patrimoine audiovisuel;
- la consolidation du profil culturel du Canada au pays et à l'étranger;
- un dialogue et un débat publics menant à des changements (sur les plans social, environnemental, culturel, etc.) – engagement social et participation citoyenne;
- l'essor d'une société canadienne axée sur le savoir.

Ressources financières

2004-2005	2005-2006	2006-2007
12 351	11 172	11 172

Ressources humaines

2004-2005	2005-2006	2006-2007
80	80	80

Priorités

Afin d'atteindre les résultats susmentionnés, l'ONF s'est fixé les priorités ci-après pour la période de planification de trois ans.

a) **Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc.**
b) **Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada.**
c) **Améliorer encore davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits).**
d) **Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage.**
e) **Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.**

Plans

a) **Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc.** (priorité liée aux sous-activités : circuits d'apprentissage, gestion des collections, engagement communautaire et mandat international dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Cette priorité vise à rendre cette collection plus accessible à la population canadienne et aux générations futures par l'utilisation des nouvelles technologies et de partenariats, comme les cinémathèques en ligne, les centres d'apprentissage en ligne pour les écoles et les centres de consultation numérique.

b) **Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada** (priorité liée aux sous-activités : circuits d'apprentissage et engagement communautaire dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF entreprendra des activités de développement des réseaux dans un certain nombre de communautés de par le Canada (comme il l'avait fait en 2004-2005, notamment au Yukon et au Nunavut). Ces activités englobent des centres de consultation et des cinémas de Montréal et de Toronto, les collections confiées aux bibliothèques partenaires dans toutes les régions du Canada, les projections publiques tenues régulièrement d'un océan à l'autre, le programme d'adhésion, la cinémathèque en ligne, les ateliers et d'autres occasions de dialogue et de partage des connaissances sur le cinéma et les questions soulevées dans certaines productions.

c) **Améliorer encore davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits)** (priorité liée à la sous-activité : gestion des collections dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Cette priorité s'articule autour de la gestion des collections – conservation, indexation, catalogage et restauration. L'ONF a également pour objectif permanent de créer une voûte électronique où ranger sa collection de 11 000 œuvres afin d'accroître les possibilités d'y accéder. Il a la chance de détenir les droits sur la majorité des titres qui y sont inscrits et, depuis 1978, il a entièrement catalogué et indexé son fonds. L'appui financier du Fonds Mémoire canadienne – un programme de financement de Culture canadienne en ligne qui relève du ministère du Patrimoine canadien – a permis à l'ONF de créer une telle voûte. Le renouvellement du financement en 2005-2006 le rendra à même de poursuivre la numérisation de sa collection. Il importe de souligner que l'ONF est, à l'échelle internationale, un chef de file du métabalisage, du traitement et de l'enrichissement des films au cours du transfert et de l'encodage numériques.

d) **Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage** (priorité liée aux sous-activités : circuits d'apprentissage et engagement communautaire dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF persistera à chercher de nouveaux créneaux de télévision afin d'atteindre des auditoires plus nombreux. Il poursuivra son partenariat avec le Documentary Channel, qui diffuse environ 50 heures de productions de l'ONF par année, notamment dans deux plages-horaires qui lui sont réservées.

L'ONF continuera d'établir des mécanismes favorisant encore davantage l'accès à ses productions et le dialogue à leur sujet de manière à renouer des liens durables avec la population canadienne. Bien que l'ONF soit de plus en plus présent à la télévision grâce à des télédiffusions quasi quotidiennes, il demeure limité en ce qui a trait à la programmation et aux plages-horaires à la télévision publique. L'ONF continue à envisager la nécessité de se doter de sa propre chaîne de télévision, laquelle permettrait aux citoyens canadiens de se « brancher » directement sur ses productions.

En outre, cette gamme d'activités consistera surtout à nouer des liens avec des circuits d'apprentissage – tels que les chaînes de télévision éducative, le personnel enseignant, les maisons d'éducation et de recherche, les bibliothèques et autres – par lesquels la population canadienne aura plus facilement accès à la collection de l'ONF. Nous nous consacrerons plus particulièrement à établir un réseau de partenaires au sein des écoles et à étoffer le support que nous fournissons en vendant des documents pédagogiques et en organisant des ateliers à l'occasion de nombreux congrès régionaux ou provinciaux du personnel enseignant afin d'encourager l'utilisation de ressources audiovisuelles canadiennes.

e) **Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger** (priorité liée aux sous-activités : circuits d'apprentissage, gestion des collections, engagement communautaire et mandat international dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF poursuivra la consolidation de sa marque en s'assurant : que les contrats comportent des clauses permettant que sa part dans des coproductions lui soit plus clairement attribuée; qu'il profite sur les réseaux de télévision d'un plus grand nombre de plages-horaires réservées; qu'on diffuse des bandes annonçant les productions à venir; que le public dispose de plus amples renseignements sur ses nouveaux films. Voilà quelques exemples des moyens que prendra l'ONF pour intensifier sa présence dans les réseaux de distribution. Au lieu de promouvoir chaque film, l'organisme maintient sa stratégie de promotion de la marque globale, car il s'agit d'un puissant facteur de reconnaissance auprès des Canadiens et des Canadiennes. Dans l'ensemble, il faut faire en sorte que les diffuseurs, les établissements d'éducation, les institutions, les bibliothèques, d'autres marchés et le grand public utilisent davantage les productions audiovisuelles de l'ONF, et que l'auditoire soit conscient de la présence de l'ONF.

L'ONF cherchera à établir des partenariats avec des organisateurs de festivals internationaux de manière à consolider son image de marque et son rôle dans le paysage audiovisuel. À cette fin, le Festival du film de Cannes 2005-2006 créera avec l'ONF un nouveau prix (le prix Norman-McLaren) qui sera décerné au lauréat ou à la lauréate de la Palme d'or dans la catégorie court métrage. Dans la même veine, l'ONF créera un programme de conférences pour l'édition 2005 du MIPDOC.

Résultats prévus

Voici le résumé des résultats prévus :

- croissance de l'accès à la collection et, de ce fait, la population canadienne s'appropriera davantage l'ONF, sa collection, sa Médiathèque, sa CinéRobothèque et ses autres ressources;
- solide programme de participation citoyenne par des projections publiques, des ateliers de maître ou autres, etc.;
- présence de qualité de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, au cours des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral;
- meilleure connaissance de la marque de l'ONF dans les télédiffusions et reconnaissance du rôle de l'ONF par les coproducteurs;
- image de marque réputée et prisée;
- numérisation accrue de la collection de l'ONF;
- forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution;
- excellente couverture de presse et visibilité accrue de l'ONF dans les médias.

Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement

L'ONF évaluera les progrès réalisés en vérifiant les points suivants :

- accès au fonds audiovisuel de l'ONF (prêts de films par des bibliothèques partenaires et utilisation de la collection);
- répercussions sociales;
- programme d'adhésion;
- assistance aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF.

Accès au fonds audiovisuel de l'ONF et assistance aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF
L'ONF suivra de près l'accès de la clientèle à sa collection (et le degré de satisfaction que suscite cette dernière) par voie de sondages et d'études spéciales. Il examinera aussi l'utilisation de sa collection par les écoles et les bibliothèques, dans le cadre d'activités communautaires et de projections ou autres, et en fera rapport.

L'ONF suit de près et contrôle régulièrement (habituellement aux deux ans) les attitudes de la population canadienne à l'égard du documentaire ainsi que sa reconnaissance et son appui à l'endroit de l'ONF.

Répercussions sociales
Le dialogue et les débats publics sur la programmation de l'ONF feront l'objet d'un examen visant à mesurer les répercussions sociales des films qu'il produit.

Programme d'adhésion
L'ONF comptabilise le nombre d'adhésions au Cinéclub ONF (22 000 membres), une excellente initiative de rayonnement. Il cherche continuellement à obtenir des commentaires. De nombreux membres participent activement.

2.5 Analyse par activité de programme : services de recherche et de conseil

Résultats

Par ses services de recherche et de conseil, l'ONF cherche à atteindre les résultats ci-après.

Les résultats directs sont :

- l'ONF un point de référence canadien et international en matière de documentaires et de sujets connexes;
- l'ONF un point de référence canadien en matière de programmation de films d'animation et de technologies innovatrices;
- l'ONF un point de référence canadien en matière de promotion et d'accès à la programmation canadienne;
- la connaissance et la compréhension, par les Canadiens et Canadiennes, de divers enjeux importants pour eux.

Les résultats indirects sont :

- l'essor d'une société canadienne axée sur le savoir;
- une population canadienne faisant grand cas de l'investissement dans sa culture;
- des changements de politiques.

Ressources financières

2004-2005	2005-2006	2006-2007
3 550	2 629	2 629

Ressources humaines

2004-2005	2005-2006	2006-2007
20	20	20

Priorités

L'ONF a notamment pour mandat de « faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films » et de « conseiller (…) en matière d'activités filmiques ». Il effectue donc des recherches sur le cinéma et l'industrie. Il entreprend également des projets techniques et de développement pour faire avancer l'art et la science cinématographiques. Il entretient un cadre voué à l'excellence et à l'innovation propice à l'avènement et au prototypage de

nouveaux projets, à la collaboration au sein de l'industrie ainsi qu'à l'exploration de nouvelles voies créatrices dans le milieu audiovisuel.

Afin d'atteindre les résultats susmentionnés, l'ONF s'est fixé les priorités ci-après pour la période de planification de trois ans.

a) **Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple : cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire.**
b) **Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes.**

Plans

a) **Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple : cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire** (priorité liée aux sous-activités : recherche, politiques et innovation technologique dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Au cours de la période de planification, il poussera ses recherches sur les répercussions sociales du documentaire. Sur demande, il partagera ses connaissances spécialisées dans des domaines comme celui de l'animation et du documentaire, de la distribution, des stratégies de rayonnement, etc. L'ONF continuera également de partager ses compétences en prototypage et à servir de site-pilote où seront mis à l'essai, avec le gouvernement et l'industrie, des produits créatifs et des technologies innovatrices.

En sa qualité de commissariat du gouvernement à la cinématographie, l'ONF poursuivra son rôle de conseil.

Au cours de la période de planification, il continuera aussi à : cerner ses besoins en R et D; développer de nouveaux canaux de distribution et produits; améliorer la qualité et le rendement de l'équipement existant; soutenir et innover tout en explorant les nouvelles voies qui s'ouvrent en matière de production, de postproduction, de diffusion et de distribution.

Ces activités sous-entendent aussi le renforcement des relations de travail avec les représentants du secteur privé et les organismes de recherche publics qui élaborent des projets d'avant-garde. Mentionnons, par exemple, le développement d'un réseau de projection et de distribution numériques pour les films, c'est-à-dire un nouveau circuit de distribution qui viendrait s'ajouter aux infrastructures de projection et de distribution actuelles.

b) **Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes** (priorité liée aux sous-activités : recherche et politiques dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF maintiendra une étroite collaboration avec d'autres organismes du portefeuille du Patrimoine canadien, dont Radio-Canada/CBC, Bibliothèques et Archives Canada, la Fondation canadienne des relations raciales, le Conseil des Arts du Canada et Téléfilm Canada. Par exemple, le commissaire de l'ONF et le directeur général de Téléfilm Canada continueront à siéger au conseil d'administration de l'un et de l'autre organisme.

Par ces activités, l'ONF conservera son rôle de chef de file en mettant en œuvre des dispositions de politique horizontale inspirées de celles du gouvernement fédéral.

Résultats prévus

Voici le résumé des résultats prévus :

- travail appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie dans le domaine de l'audiovisuel;
- l'ONF point de référence en cinématographie.

Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement

L'ONF évaluera les progrès réalisés en vérifiant les points suivants :

- développement et mise en œuvre d'un plan de recherche;
- diffusion et utilisation des résultats de ses recherches;
- types d'efforts déployés en R et D et répercussions de ces efforts;
- types de demandes de collaboration avec l'ONF en tant que site-pilote et incubateur de R et D, et importance de ces demandes;
- types de collaborations et répercussions de celles-ci (ex. : avec les organismes du portefeuille, les partenariats public-privé).

2.6 Analyse par activité de programme : fonds renouvelable

Ressources financières

2005-2006	2006-2007	2007-2008
0	0	0

Ressources humaines

2005-2006	2006-2007	2007-2008
0	0	0

Le fonds renouvelable de l'ONF permet d'utiliser les fonds de roulement nécessaires aux opérations commerciales, de couvrir provisoirement les coûts d'exploitation et ceux des immobilisations ainsi que d'enregistrer le changement de la valeur nette des immobilisations. Le fonds renouvelable sert également à financer provisoirement le manque à gagner, mais il convient de signaler que les coûts d'exploitation de l'ONF sont couverts par des crédits parlementaires votés chaque année.

SECTION III : INFORMATION ADDITIONNELLE

3.1 Déclaration de la direction

Je soumets, en vue de son dépôt au Parlement, le *Rapport sur les plans et les priorités* de 2005-2006 de l'Office national du film du Canada.

Le document a été préparé conformément aux principes de présentation énoncés dans le *Guide pour la préparation de la partie III du budget supplémentaire : Rapport sur les plans et priorités.*

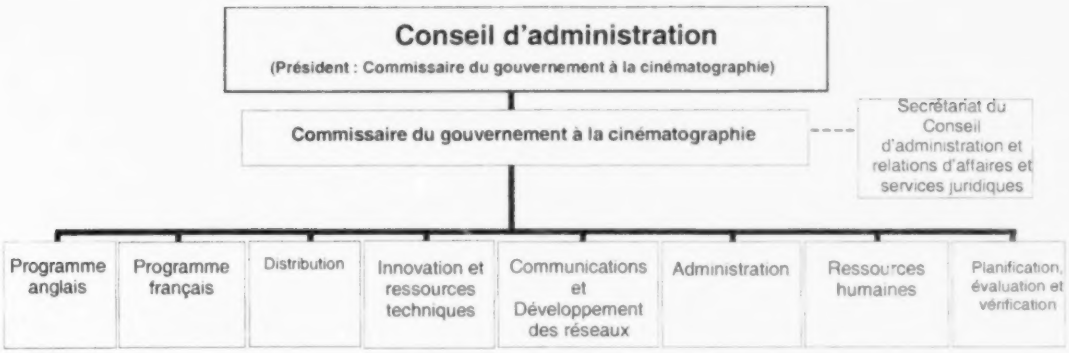
- il respecte les principes et les exigences décrits dans les lignes directrices du SCT;
- il se fonde sur l'Architecture des activités des programmes (AAP) approuvée;
- il fournit une base de reddition de comptes quant aux résultats obtenus avec les ressources et les autorisations qui lui sont accordées;
- il fait état de la situation financière d'après les dépenses prévues approuvées par le SCT.

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration

3.2 Renseignements sur l'organisation

RESPONSABILISATION

Structure organisationnelle



Note : L'ONF rend compte au Parlement par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien.

3.3 Tableaux

RPP
2005-2006

Tableau

1	Dépenses prévues de l'ONF et ÉTP
2	Activités de programme
3	Postes votés et législatifs dans le Budget principal
4	Coût net du programme
5	Source des revenus disponibles et des revenus non disponibles
6	Fonds renouvelable – utilisation prévue des autorisations
7	Fonds renouvelable – état de l'évolution de la situation financière
8	Paiements de transfert

Tableau 1 : Dépenses prévues

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2004-2005	**Dépenses prévues 2005-2006**	Dépenses prévues 2006-2007	Dépenses prévues 2007-2008
Budgétaire du Budget principal des dépenses*	72 582	**71 848**	71 648	71 648
Moins : Revenus disponibles	8 900	**8 900**	8 900	8 900
Total du Budget principal des dépenses	63 682	**62 948**	62 748	62 748
Budget supplémentaire A :				
Plus : Report du budget de fonctionnement	1 056			
Transfert de Patrimoine canadien pour divers projets	2 333			
Moins :				
Transfert du Patrimoine canadien - Vote 1 – Réaffectation	-500			
Économies anticipées sur les achats**		-110		
Budget supplémentaire B :				
Plus : Transfert du Patrimoine canadien pour divers projets	215			
Total partiel	3 104			
Dépenses prévues nettes***	66 786	62 838	62 748	62 748
Plus : Coût des services reçus à titre gracieux	0	**0**	0	0
Coût net du programme	66 786	**62 838**	62 748	62 748
Équivalents temps plein	500	**500**	500	500

* *Ce montant reflète les prévisions les plus justes du total des dépenses nettes prévues à la fin de l'exercice courant.*

** *Cette proposition de réduction dans les prévisions de dépenses reliée à des économies dans les achats découle des annonces du Budget 2005.*

*** *Inclut le crédit législatif de 10 000 $ en 2004-2005 et de 0 $ de 2006-2007 à 2008-2009.*

Tableau 2 : Activités de programme

(en milliers de dollars)

2005-2006					
Budgétaire					
Activité de programme	Fonctionnement	Subventions et contributions	Dépenses brutes	Revenus	Total du Budget principal des dépenses Total des dépenses prévues
Production d'œuvres audiovisuelles	49 561	152	49 713	1 006	48 707
Distribution d'œuvres audiovisuelles	7 959		7 959	7 519	440
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	11 349	98	11 447	275	11 172
Services de recherche et de conseil	2 729		2 729	100	2 629
Total	71 598	250	71 848	8 900	62 948

Tableau 3 : Postes votés et législatifs indiqués dans le Budget principal

(en milliers de dollars)

Poste voté ou législatif	Libellé tronqué pour le poste voté ou législatif	**Budget principal actuel 2005-2006**	Budget principal précédent 2004-2005
75	Fonds renouvelable de l'Office national du film – Dépenses de fonctionnement	62 948	63 682

Rapprochement	Budget précédent 2004-2005	63 682
Plus :	Transfert du fonds DÉCLIC de Patrimoine canadien	200
	Transfert du Patrimoine – Vote 1 - Réaffectation	-500
	Fonds renouvelable	-10
	Vérification interne	-20
	RASE	-404
		62 948

Tableau 4 : Coût net pour l'ONF

(en milliers de dollars)

Dépenses prévues	71 848
Moins : Revenus disponibles	8 900
Coût net pour l'ONF en 2005-2006 *(Total des dépenses prévues)*	62 948

Tableau 5 : Revenus disponibles

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2004-2005	**Dépenses prévues 2005-2006**	Dépenses prévues 2006-2007	Dépenses prévues 2007-2008
Production d'œuvres audiovisuelles	1 006	**1 006**	1 006	1 006
Distribution d'œuvres audiovisuelles	7 519	**7 519**	7 519	7 519
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	275	**275**	275	275
Services de recherche et de conseil	100	**100**	100	100
Total des revenus disponibles	8 900	**8 900**	8 900	8 900

Tableau 6 : Fonds renouvelable – Utilisation prévue des autorisations

(en milliers de dollars)	Prévisions 2004-2005	**Dépenses prévues 2005-2006**	Dépenses prévues 2006-2007	Dépenses prévues 2007-2008
Actif				
Encaisse	200	**200**	200	200
Comptes créditeurs	4 125	**4 125**	4 125	4 125
Stocks	500	**500**	500	500
Frais payés d'avance	1 000	**1 000**	1 000	1 000
Équipement (valeur nette)	10 000	**10 000**	10,000	10 000
	15 825	**15 825**	15 825	15 825
Passif				
Comptes débiteurs	2 000	**2 000**	2 000	2 000
Avoir du Canada	13 825	**13 825**	13 825	13 825

Tableau 7 : Fonds renouvelable – État de l'évolution de la situation financière

Crédits (en milliers de dollars)

Autorisations au 1er avril 2004		15 000
Réduction :		
Solde prévu au 1er avril 2004	13 825	
Total des prévisions (besoins de trésorerie nets)		
Exploitation	62 948	
Crédit accordé dans le présent Budget des dépenses	-62 948	
Modifications du fonds de roulement	0	
Augmentation de la valeur nette des immobilisations	0	
Solde prévu au 31 mars 2006		13 825
Autorisations non utilisées au 31 mars 2006		**1 175**

Tableau 8 : Paiements de transfert

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2004-2005	**Dépenses prévues 2005-2006**	Dépenses prévues 2006-2007	Dépenses prévues 2007-2008
Subventions				
Subventions pour aider à payer le coût de certains événements cinématographiques d'importance, qui ont lieu au Canada et qui sont d'intérêt national ou international, selon l'avis du Conseil d'administration	10	**10**	10	10
Contributions				
Pour aider des organismes sans but lucratif œuvrant dans le milieu cinématographique et pour promouvoir la cinématographie canadienne	240	**240**	240	240
Total	250	**250**	250	250

SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT

4.1 Services corporatifs

L'ONF continuera de favoriser la gestion efficace et responsable des ressources. À ce chapitre, ses deux priorités de haut niveau demeurent : gérer les ressources de manière efficace et efficiente; améliorer la responsabilisation, les pratiques d'affaires et les systèmes d'information. L'ONF est une institution publique à vocation culturelle ayant un engagement en matière de gestion prudente, transparente et responsable. Il continuera à faire un usage intelligent de la technologie pour assurer le suivi de ses productions et pour que la population canadienne accède à ses œuvres audiovisuelles au moyen de réseaux existants ou nouveaux, à recourir aux partenariats pour produire et distribuer davantage de produits et à rentabiliser l'investissement public.

Priorités

a) **Gérer les ressources de manière efficace et efficiente.**
b) **Améliorer la responsabilisation, les pratiques d'affaires et les systèmes d'information.**

Plans

a) **Gérer les ressources de manière efficace et efficiente en adoptant les mesures ci-après :**
   - Revoir les systèmes qui améliorent la gestion interne des activités et la prestation des services à la clientèle;
   - Tirer le meilleur parti des ressources (humaines, créatrices et financières) par les partenariats;
   - Minimiser les coûts administratifs afin que les ressources maximales soient allouées à la production et à la distribution de films.

b) **Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information, en adoptant les mesures ci-après :**
   - Poursuivre l'intégration des bases de données comme Synchrone afin de gérer efficacement les connaissances et ainsi, de faciliter la planification stratégique et les communications;
   - Continuer à développer le Système électronique de gestion des droits d'auteur (SEGDA);
   - Surveiller la mise en œuvre du plan de l'ONF relativement aux pratiques modernes de gestion;
   - Examiner et revoir les outils de mesure et d'évaluation du rendement de l'ONF ainsi que les outils de production de rapports;
   - Élaborer des cadres d'évaluation de nouveaux programmes et initiatives;
   - Veiller à atteindre les objectifs fixés relativement aux groupes visés par l'équité en matière d'emploi.

Stratégie de mesure du rendement et indicateurs de rendement

Au nombre des indicateurs utilisés à ce chapitre, mentionnons les suivants :

- Comparaison du niveau de ressources affectées à la production et à la distribution par rapport aux autres secteurs;
- Amélioration de la responsabilisation (au moyen des systèmes internes et externes de manière à mieux gérer et contrôler les ressources);
- Recours à des évaluations, vérifications et autres études.

Affectation de ressources à la production et à la distribution de films

La gestion efficiente exige d'affecter la majorité des ressources à la production et à la distribution de films et de maintenir les coûts administratifs aussi bas que possible.

Amélioration de la responsabilisation

L'amélioration des systèmes permet à l'ONF de mieux gérer ses ressources en établissant un lien plus étroit entre ressources utilisées et résultats souhaités. Une importante initiative prise par l'ONF à cet égard réside dans le plan triennal sur la modernisation des pratiques de gestion (conformément à la politique du Conseil du Trésor). L'ONF est déterminé à adopter des pratiques de gestion modernes, plus transparentes et plus responsables. Ce plan fait état des actions et obligations de rendre compte. Les gestionnaires sont responsables de l'atteinte des objectifs et répondent des résultats obtenus lors de leurs évaluations de rendement annuelles.

Recours à des évaluations, vérifications et autres études

L'ONF doit envisager et planifier des modifications à ses directives et programmes. Il s'engage donc à entreprendre des évaluations et des vérifications conformément aux nouvelles directives du gouvernement fédéral. Il poursuivra la mise en œuvre de son plan d'évaluation des programmes et directives sur trois ans.

La gestion des risques et la mise en œuvre du plan de vérification à long terme l'aideront aussi à atteindre son objectif d'amélioration de la responsabilisation.

LOI APPLIQUÉE PAR LE PORTEFEUILLE

Loi sur le cinéma, S.R.C.1985, ch. N-8.
(la dernière modification est entrée en vigueur le 1er novembre 1995)

BUREAUX DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

Siège social : Ottawa

Bureau central : Montréal

Distribution au Canada
- CinéRobothèque – Montréal
- Médiathèque – Toronto
- Centre des appels (1 800 267-7710)
- Site Web (www.onf.ca)

Distribution à l'étranger
- États-Unis (New York)
- Europe (Paris)

Centres de production anglaise
- Edmonton
- Halifax
- Montréal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

Centres de production française
- Moncton
- Montréal
- Toronto

LISTE DES PERSONNES-RESSOURCES POUR LE RPP

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration
(514) 283-9050
m.charbonneau@onf.ca

Audrey Doyle
Directrice, Planification, évaluation et vérification
(514) 283-3242
a.doyle@onf.ca